9

إشكاليّات التّلقّي في الاتّصال الرّقْميّ

تحرير

د.مي العبدالله   د.هيثم قطب   د.محمد صبري صالح   د.سمر كرامي





8

إشكاليّات التّلقّي في الاتّصال الرّقْميّ

مداخلات المؤتمر الّذي نظّمَتْهُ الرّابطة العربيّة للبحث العلمي وعلوم الاتّصال بالتّعاون مع جامعة دهوك في نيسان 2019

تحرير

د.مي العبدالله د.هيثم قطب د.محمد صبري صالح د.سمر كرامي



تقديم

أحدثَ التّطور التّكنولوجيّ تأثيرًا بالِغًا في حقلَي الإعلام والاتّصال، فَانْعَكَسَ بصورةٍ مباشرةٍ على تلقّي وإنتاج المعلومات الإعلاميّة على مختلف أنواعها؛ وشكّلَ نقلةً نوعيّةً في تغيير العلاقة بين الجمهور بعامّةٍ وبينَ وسائل الإعلام والاتّصال بخاصّةٍ، ما أدّى إلى فتح المجال للاهتمام بدراسة عمليّة التّلقّي من الجوانب كلّها، أي من سلوكيّات المتلّقي مع الآلة إلى الآثار النّاجمة عن العمليّة، سعيًا إلى فهم العلاقة الرّقْميّة المعقّدة الّتي أفرزتْها تكنولوجيا المعلوماتية والاتّصال، والّتي وسّعَتِ الأُفق المفاهيميّ للرّسالة والتّلقّي، وأحدثَتْ تحوّلات جوهريّة في مجالي النّصّ وأُفق التّلقّي؛ فاتّسعتِ الدّلالة المفهوميّة لمصطلح النّصّ إلى نصٍّ اتّصاليّ متعدّد الأشكال.

أُتيحَتْ إمكانيّة تحويل الحروف والصّوَر والأصوات إلى بيانات رقميّة يمكن تخزينها ومعالجتها وتمريرها من خلال تقنيات الاتّصال الرّقْميّ بين أطراف يتبادلون المواقع في اِستقبال وبثّ الرّسائل؛ فالمتلقّي في العمليّة الاتّصاليّة هو العنصر الّذي يتلقّى الرّسالة الاتّصاليّة أو الإعلاميّة، فيتفاعل معها ويتأثّر بها، وهو الجهة الّتي تُوجَّهُ إليها الرّسالة وتقوم بحلّ رموزها.

أضحى المتلقّي مُنتِجًا ومستقبلًا في آنٍ واحدٍ، يمتلك إمكانيّة الانتقاء، والتّفاعل، والتّعليق، والتّفسير، والتّأويل، ومِنْ ثَمَّ التّمرير والرّدّ، فضلًا عنْ إشكاليّةٍ تتعلّق بتعرّضِ النّصّ الاتّصاليّ ذاتِهِ إلى إزاحة جُزئيّةٍ أو كليّةٍ لمحتواه من خلال المعالجة أو التّرميز.

ثمة إشكاليّة مهمّة أمام هذه التّحديات، ففي ظلّ التّحولات الفكريّةِ والإجتماعيّة والنّفسيّةِ واللّغويّة الّتي تُصاحبُ عمليّةَ الاتّصال الرّقْميّ، برزتْ تحديات جديدة أَلْقَتْ بِثِقلِها على الباحثين والأكاديميّين لتحمّل مسؤوليّة دراسة، ورصد، وتأشير المضاعفات النّاجمة منَ العيش في الفضاء الرّقْميّ، وإيجاد منظور مستقبليّ لمواجهة التّحديّات الحضاريّة لمجتمعاتنا.

إنّ فكرةَ الاهتمام بدراسةِ المتلقّي ـ المستقبل المنتج المرسل ـ والعوامل المكونّة والمؤثّرة في عمليّة التّلقّي والتّركيز على العلاقة الرّابطة بين الرّسالة والمتلقّي، وإشكاليّات هذه العلاقة كانت محور النّقاش العلميّ في هذا المؤتمر الدولي الّذي تمَّ انعقاده في جامعة دهوك- كردستان العراق؛ والّذي تحقّق بفضل جهود باحثين وأكاديميين ينتمون إلى أربَعِ وثلاثينَ مؤسسة من جامعات، ومعاهد، ومراكز بحثية، قَدِموا من سبعِ دُوَلٍ هي (لبنان، مصر، الأردن، السّعوديّة، السّودان، الجزائر، إيران)، وَبَلغَ عدد البحوث الّتي تمّت الموافقة عليها من قِبَلِ اللّجنة العلميّة أربعةَ وخمسين بحثًا؛ فهو إنجازٌ أكاديميٌّ ثَريٌّ في مجال البحثِ، والتّفكيرِ، والحوارِ البنّاء.

"الاتّصال الرّقْميّ وتعزيز التنوّع الثّقافيّ في عالم متغير"

د.بشير تركي كريشان

د. محمد صالح جـرار

كلية الآداب/ جامعة الحسين بن طلال - الأردن

مقدّمة

تُسهم وسائل الاتّصال الرّقْميّ الحديثة - في ظلِّ التّطور التّكنولوجيّ الرّقْميّ- في فتحِ آفاق جديدة للاتّصال الجماهيريّ، والتّفاعل الجماعيّ؛ كما انتشرتْ شبكات الاتّصال عن بُعد، وشملتْ مختلف أنحاء العالم من أجل إتاحة المعلومات للشّعوب كلّها، حيث أصبحتِ التّكنولوجيا الرّقْميّة في متناول عددٍ كبيرٍ منَ الجمهور.

إنّ تطورَ تكنولوجيا النّظمِ الرّقْميّة في مجالات الاتّصال والمعلومات، زادَ بشكلٍ كبيرٍ منْ فُرصِ تنويعِ مصادر المعرفة والمعلومات، وسهّلَ اكتساب معارف إضافيّة؛ كما أتاح إمكانيّة الانتفاعِ الحُرِّ من هذه الفرص، وذلك بعدَ الثّورة الرّقْميّةِ بسببِ التّطوّرات التّكنولوجيّةِ الرّاهنةِ الّتي يَسَّرتْ عمليّة إرسال واستقبال المعلومات بشكلٍ كبيرٍ جدًا.

وقد أحدثتْ تكنولوجيا وسائل الاتّصال الرّقْميّ فجوةً في واقعِ العلاقات بين الغرب والشّرق وبين الدُّوَل المتقدّمة الّتي تمتلك تلك التّكنولوجيا، والدُّوَل النّامية الّتي تفتقر لها. وشهد العصر الحالي سرعةً فائقةً، وتطورًا كبيرًا في صناعةِ تكنولوجيا وسائل الاتّصال والمعلوماتيّة، ممّا انعكس إيجابًا على شكل وسائل الإعلام الجديدة، ومضمونها، وخصائصها، وانتشارها، وقدراتها على التّأثير.

أضافت تكنولوجيا الاتّصال الرّقْميّ وسائل إعلاميّة جديدة عند العديد منَ الشّعوب والأُمَمِ والحكومات، كما وضعت في يد خصومها أدوات إعلاميّة جديدة جعلتها متاحة اليوم أمام الأطراف المختلفة، مثل الصّحافة الإلكترونيّة، والمدوّنات، ومواقع التّواصل الاِجتماعيّ، والبريد الإلكترونيّ وغيرها.

إشكاليّة الدّراسة:

تتمحورُ إشكاليّةُ الدّراسةِ في ماهيّة الدّورِ الّذي يمكن من خلاله أنْ تُمارسَهُ وسائل الاتّصال الرّقْميّ بوسائلها، وطرائقها، وأشكالها المتعدّدة في رسم الصّورة الذّهنيّة لإبراز التّنوّعِ الثّقافيّ

في ظلِّ التّحديات التّكنولوجيّة المعاصرة، ومنح مساحة كافية للتواصل الثّقافيّ والحضاريّ بين أفراد وجماعات الشّعوب المختلفة. فما هو دور الاتّصال الرّقْميّ في تعزيز التّنوع الثّقافيّ في عالم متغير؟

وتندرجُ تحت هذه الإشكاليّة مجموعة منَ التّساؤلات، أبرزها:

1- ماهي سمات ثـــورة المعلومـــات وتكنولوجيـــا الاتّصال؟
2- ماهي الدّلالات المفاهيميّة للتّنوّع الثّقافيّ؟
3- كيف تسهم وسائل الاتّصال الرّقْميّ في تعزيز التّنوّع الثّقافيّ والتّقريب بين الثّقافات المتعددة والمتنوّعة في ظلّ العولمة؟

أهميّة الدّراسة:

تَكمُنُ أهميّة الدّراسة في إلقاء الضّوء على وسائل الاتّصال الرّقْميّ والإعلام، اللّتين أصبحتا تشكّلان النّافذة الأساسيّة الّتي يَطُلُّ منها الإنسان على العالَم، ويرى من خلالها ثقافته وحضارته وتقدّمه. وقد كانت وسائل الاتّصال - ولا تزالُ - تشكّل العامل الأهمّ والأبرز في تكوين اتّجاهات ومواقف الفرد باعتبارها الطّريق إلى المعرفة، والأداة الفعّالة في التّنمية وتطوير الوعي. فَالْمَدّ الاتّصاليُّ، وثورة المعلومات في المجتمعات المتقدّمة، وتنوّع الاتّصالات المحليّة في ظلّ الثّورة الرّقْميّة وإنجازها الأعظم الإنترنت ووسائل العالم الجديدة، أسهم في تبنّي إيديولوجيّة الاتّصال الجديدة كبديل للإيديولوجيّات السّابقة، كما انعكس إيجاباً على شكل وسائل الإعلام الجديدة، ومضمونها، وخصائصها، وانتشارها، وقدراتها على التّأثير.

أهداف الدّراسة:

سَعَت هذه الدّراسَةِ إلى تحقيقِ الأهدافِ الآتية:

- التّعرّف إلى سمات ثـــورة المعلومـات وتكنولوجيـــا الاتّصال.
- تبيان الدّلالات المفاهيميّة للتّنوع الثّقافيّ.
- استجلاء دورالاتّصال الرّقْميّ في تعزيز التّنوع الثّقافيّ في المجتمعات المتعدّدة، في كيفيّة تعزيز التّنوع الثّقافيّ والتّقريب بين الثقافات المتعدّدة والمتنوّعة في ظلّ العولمة.

أولاً: الإطار المفاهيميّ للاتّصال الرّقْميّ والمفاهيم ذات العلاقة:

يُعدُّ الاتّصال محور الخبرة الإنسانيّة، وهو عمليّة تبادل الأفكار والمعلومات الّتي تتضمّن الكلماتوالصّوَر والرّسوم والرّموز المختلفة، وكلمة "الاتّصال Communication " مشتقة من الأصل اللاتيني Communis ومعناها عام أو شائع أو مألوف. لذا، فإنّ الاتّصال هو النّشاط

الّذي يستهدف تحقيق العموميّة أو الذيوع أو الانتشار أو الشّيوع عن طريق انتقال المعلومات، والأفكار أو الآراء أو الاتّجاهاتمن شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات.

يشير مفهوم الاتّصال أيضًا إلى "العمليّة أو الطريقة الّتي تنقل بها الأفكار والمعلومات بين النّاس داخل نسق اجتماعي معيّن يختلف من حيث الحجم ومحتوى العلاقة المتضمّنة فيه، بمعنى أنّ هذا النّسق الاِجتماعيّ قد يكون مجرد علاقة ثنائيّة نمطيّة بين شخصيْن أو جماعة صغيرة، أو مجتمع محلي أو قومي، أو حتّى المجتمع الإنساني ككلّ".

يُعرّف الاتّصال أيضًا بأنّه العمليّة أو الطّريقة الّتي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين النّاس داخل نسق اجتماعي معيّن، يختلف من حيث الحجم، ومن حيث العلاقات المتضمّنة فيه، بمعنى أن يكون هذا النّسق الاِجتماعيّ مجرّد علاقة ثنائيّة نمطيّة بين شخصَيْن أو جماعة صغيرة أو مجتمع قومي أو حتّى المجتمع الإنساني ككلّ، كما يُعرف بأنّه العمليّة الاِجتماعيّة التي يتمّ بمقتضاها تبادل المعلومات، والآراء، والأفكارفي رموز دالّةٍ بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع، وبين الثّقافات المختلفة، لتحقيق أهداف معينة.

يُعرِّف "جورج لندبر George Lundberg" كلمة "الاتّصال" بأنّها تشير إلى التّفاعل بوِساطة العلامات والرّموز، وتكون الرّموز عبارة عن حركات أو صُوَر أو لُغة أو أيّ شيء آخر تعمل كمنبّه للسّلوك، أيّ أنّ الاتّصال هو نوع منَ التّفاعل الّذي يحدث بوِساطة الرّموز.

كما يُعرّف" تشارلز. ر. رايت Charles Rwright " مصطلح "الاتّصال" بأنّه عمليّة نقل المعنى أوالمغزى بين الأفراد. أمّا " برنارد بيرلسون Berelson Bernard وجيري.أ. ستينر Gray A. Steiner فيعرّفون "الاتّصال" بأنّه عمليّة نقل المعلومات، والرّغبات، والمشاعر، والمعرفة، والتّجارب إمّا شفويًا أو باستعمال الرّموز، والكلمات، والصُّوَر، والإحصاءات بقصد الإقناع أو التّأثير في السّلوك، وعمليّة النّقل هذه هي بحدِّ ذاتها اتصال. ويتفاعل في عمليّة الاتّصال المرسلون والمستقبلون للرّسائل في سياقات اِجتماعيّة معيّنة.

تتمثّل وظائف الاتّصال المجتمعي عند "ويلبرشرام W.Schramm" بمراقبة البيئة، والوظيفة السّياسيّة، والتّنشئة الاِجتماعيّة. ويذهب "ماكويل DenisMcquail" إلى النّظر إلى وظائف وسائل الإعلام المجتمعيّة على أنّها الإعلام، وتحقيق التّماسك الاِجتماعيّ، والتّواصل الاِجتماعيّ، والتّرفيه، والتّعبئة.

يحدّد "ليزليمولر"Leislie Moeller تلك الوظائف بوظيفة الإخبار والتّزوّد بالمعلومات ومراقبة البيئة، والرّبط والتّفسير بهدف تحسين نوعيّة المعلومات، والتّرفيه، والتّحرّر العاطفيّ منَ المشكلات، والتّنشئة الاِجتماعيّة، والتّسويق، وقيادة التّغيير الاِجتماعيّ، وخلق المُثُل الاِجتماعيّة، والرّقابة على مصالح المجتمع وأهدافه، والتّعليم.

1- الاتّصال الرّقْميّ

تُعَدُّ وسائل الاتّصال الرّقْميّ والإعلام النّافذة الأساسيّة الّتي يَطلّ منها الإنسان على العالم ويرىمن خلالها ثقافته، وحضارته، وتقدمه؛ فكانت وسائل الاتّصال – ولا تزالُ - تشكِّلُ

العامِل الأهم والأبْرز فيتكوين اتّجاهات الفرد ومواقفه باعتبارها الطّريق إلى المعرفة، والأداة الفعّالة في التّنمية وتطوير الوعي، "المدّ الاتّصالي في المجتمعات المتقدّمة، وانفجار وسائل الاتّصال المحليّة في ظلّ الثّورة الرّقْميّة، وإنجازها الأعظم "الإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة"، الّذي أسْهَمَ في تبنّي إيديولوجيّة الاتّصال الجديدة كبديللللإيديولوجيّات السّابقة والقائمة على فكرة مركزيّة هي أنْ يتّصل الإنسان بصرف النّظر عن مضمون الاتّصال، تلك الفكرة التي تدعو إليها وسائل الإعلام الجديدة، وبعض منظمات المجتمع المدني.

يُطلقُ مصطلح الثّورة الرّقْميّة على العصر الحالي بعد الاندماج بين تكنولوجيا المعلوماتية وبين الاتّصال. وتعني كلمة "رقمي" منَ النّاحية التّقنيّة هو أنّ الحروف، والصُّوَر، والأصوات تُحَوّل إلى بيانات رقميّة (آحاد وأصفار) يمكن تخزينها، ومعالجتها، وإرسالها بوِساطة أجهزة الحاسوب.

تُعرِّف "كريستي أهو" الاتّصال الرّقْميّ Digital Communication بأنّه "المهارة الأساسيّة لمعظم الأعمال، الّتي يجبُ أنْ يكتسبها الفرد في إطار المفاهيم، والإنتاج، والتّوصيل، والإِستقبال لوسائل الاتّصال في وظائفهم وحياتهم"، حيث أنّ الاتّصال الرّقْميّ هو القدرة على خَلقِ الاتّصال الفعّال من مختلف الوسائل الرّقْميّة.

إنّ التّطوّر الهائل في تكنولوجيا الاتّصال الرّقْميّ أتاحَ مجالات واسعة للحريّات؛ ذلك، لأنّ الابتكارات والاختراعات في مجالي وسائل الإعلام والاتّصال الرّقْميّ وجدت طريقها إلى حياة المجتمعات، وانتشرت بسرعةٍ فاقَت كثيرًا المُدّة الّتي انتشرت فيها وسائل الاتّصال والإعلام التّقليديّة؛ لاسيّما أنّ تكنولوجيا الاتّصال الرّقْميّ باتت في متناول أعداد كبيرة منَ النّاس، الأمر الّذي أتاح لهم إمكانيّة اكتساب معارف إضافيّة، إذ إنّ التّطوّر التّكنولوجيّ في مجال الاتّصال الرّقْميّ زاد بشكلٍ كبير من فرصِ تنويعِ مصادر المعرفة والمعلومات، مثلما أتاح إمكانيّة الانتفاع الحُرّ من هذه الفرص، كما أسْهمَ في تغيير معتقدات المجتمعات وثقافاتها؛ وهذا ما انعكس على مجرى حياتها ماديًّا ومعنويًّا. "وكان الإعلام التّفاعليّ ثمرة الاتّصال الرّقْميّ، الّذي أحدث ثورة في واقع العلاقات بين الغرب والشّرق وبين الدُّوَل المتقدّمة والنّامية، وتحديدًا بعدما يسّرَت تكنولوجيا الاتّصال الرّقْميّ إيصال كلّ ما من شأنه التّأثير في الشعوب لإدخالها في قالب واحدٍ ما دام حجم الإِختلاف وعدم التوازن قائمين".

2- مفهوم الإعلام الرّقْميّ

الإعلام في اللّغة يشير إلى الإخبار، ويُقال أخبر فلان الخبر أي أخبره به؛ والإعلام هو التبليغ، والإبلاغ بالمعلومات، والأخبار. أمّا اصطلاحًا، فالإعلام الرّقْميّ هو الإعلام الّذي يَعتمدُ على اِستخدام الحاسب الآلي في إنتاج، وتخزين، وتوزيع المعلومات؛ ويتميّز بارتباطه بشبكة الإنترنت، والحاسب الآلي، والأجهزة النّقالة، ودمج وسائل الإعلام التّقليديّة بعد إضافة الميزة الرّقْميّة والتّفاعليّة.

تعَدّدَت تصنيفات ومسمّيات هذه الظّاهرة لدى المهتمّين والمتخصّصين في المجالات المختلفة، الّذين أطلقوا عليها "الإعلام الجديد"، "الإعلام البديل"، "الإعلام

الاِجتماعيّ" وغيرها منَ المسمّيات الّتي تعبّر عن ظاهرة تقنيّة حديثة تشمل الشّبكات الاِجتماعيّة الاِفتراضيّة، والمدوّنات، والمنتديات الإلكترونيّة والمجموعات البريديّة، وغيرها من الأشكال الرّقْميّة.

يتفق المحلّلون على أنّنا بصدد ظاهرة إعلاميّة حديثة نسبيًّا على الرّغم منَ الاِختلاف حول مصطلحات الإعلام الرّقْميّ، وتشمل كلّ أشكال التّفاعل عبر الإنترنت، وتسمح بنشر المحتوى المقدّم منَ المستخدمين (النّصّ، والصّوْت، والفيديو، والصُّوَر، والملفّات) عبر مواقع التّواصل الاِجتماعيّ، مِن "فايسبوك، تويتر، ماي سبيس وغيرها من وسائل الإعلام التّفاعليّة.

3- العولمة والاتّصال

لمصطلح "العولمة Globalization" مدلولات لغويّة مختلفة، فهي كلمة مشتقة من "العالم" وجمعها عوالم، ومنها عولم على وزن فوعل، وعولمة على وزن فوعلة معناها "جعل الشيء عالميّا أي توسيعه على نطاق عالميّ، وتسهيل حركته من دون عوائق أو حواجز".

العولمة ظاهرة عالميّة واسعة أدّت إلى إدماج المجتمعات الخاصة في مجموعات تزداد توسُّعًا يومًا بعد يوم، فهي ظاهرة التّوحُّد الثّقافيّ، والاِقتصاديّ، والسّياسيّ، والاِجتماعيّ، التي يشهدها العالم اليوم؛ حيث يشكّل التّوحُّد الثّقافيّ والاِقتصاديّ الظّاهرة الأبرز فيها، فالثّورة الرّقْميّة في وسائل الاتّصال والمعلومات، جعلت منَ العولمة ظاهرة لها انعكاساتها على الأمم والشّعوب والثّقافات.

أما المفهوم الاِصطلاحيّ للعولمة، فهو نظامٌ عالميّ جديد قائم على العقل الإلكترونيّ، والثّورة المعلوماتيّة القائمة على المعلومات، والإبداع التّقنيّ غير المحدود، من دون اعتبار للأنظمة، والحضارات، والثقافات، والقيم، والحدود الجغرافيّة والسّياسيّة القائمة في العالم، ويعرفها المفكّر"محمد عابد الجابري" على أنّها "نظام أو نسق ذو أبعاد تتجاوز دائرة الاقتصاد، وأنّها نظامٌ عالميّ يشمل المال، والتّسويق، والمبادلات، والاتّصال كما يشمل مجال السّياسة، والفكر".

4- سِمات ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتّصال

إنّ التّأملَ في ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتّصال بأشكالها المختلفة، يقتضي إدراك سماتها المعاصرة، والّتي يتمثل أبرزها في ما يلي:

- التّفاعليّة:

يكون للمشاركين في عمليّة الاتّصال تأثير على أدوار الآخرين، حيث يكون باستطاعتهم التّفاعل معها، أيّ أنّ المرسِل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه، وتصل الرّسالة مباشرةً من منتجها إلى مستهلكها المحدّد، والمقصود أنّ أخطر ما في الأمر

أنّ المضمون الاتّصالي المتبادل لا يخضع إلى سيطرة الدُّوَلة ويخترق حدودها؛ بالإضافة إلى أنّه يعمل على إعادة تنشئة المتواصلين وفق قِيَمٍ عالميّة تعدو على قيم المواطنة المحليّة أو القوميّة.

- اللاتزامنيّة:

تعني إمكانية إرسال الرّسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستفيد، ولا يتطلب من كلّ المشاركين أن يستفيدوا من النّظام في وقت واحد. ففي نظام البريد الإلكترونيّ مثلاً، ترسل الرّسالة من منتجها إلى مستقبلها في أي وقت من دون الحاجة إلى تواجد المستقبل للرّسالة. وهو الأمر الذي يسهّل التّعامل مع الرسائل الإعلاميّة والاتّصالية لأنّها تحرّر مستقبلها من قيود الزّمان والمكان.

1. الحركيّة: بمعنى أنّه إذا كانت التزام نيّة تحرّر المستقبل من قيود الزّمان والمكان، فإنّ الحركيّة تتولّى استكمال تحرير المرسل من قيود الزّمان والمكان.
2. الكونيّة: بمعنى أنّ البنية الجديدة لوسائل الاتّصال هي بُنية دوليّة حتى تستطيع المعلومة أنتتبع المسارات المعقدة لعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونيًّا عبر الحدود الدُّوَلية؛ كذلك، تتبع مسار الأحداث الدُّوَلية في أي مكان في العالم. ومن خلال هذه الكونيّة فإنّها لاشك في أنّها تؤثّر في الإعلام المحلّي وتقتل روح الإبداع فيه، بالإضافة إلى أنّها تفصل المواطن عن سياقه الثّقافيّ والاِجتماعيّ والوطني، وتسعى إلى خلق تجانس عالميّ من خلال الترويج لنمط حياة، فوسائل الاتّصال تعمل في الغالب على عولمة العالم.
3. اللاجماهيرية: لم تعد وسائل الاتّصال تعتمد على مخاطبة الجماهير فحسب في رسائل عامة، بل أضحت من إمكانياتها توجيه رسائلها ومضامينها إلى فرد بعينه تستهدفه برسائلها أو إلى جماعة أو فئة معيّنة تبعًا لاهتماماتها وحاجاتها الخاصّة، فخرجت بذلك من نطاق العمومية إلى خصوصية الرسالة تبعا لحاجة مستقبلها.
4. الفوريّة: ألغت تكنولوجيا الإعلام والاتّصال الحواجز الزّمانية كما ألغت الحواجز المكانية، إذ يتمّ الاتّصال بشكل فوري بصرف النظر عن مكان المرسل أو المستقبل.
5. الاِقتصاديّة: تتجلى اقتصادية تكنولوجيا الإعلام والاتّصال على أكثر من مستوى، فهي تحقق الاِقتصاديّة في الجهد والاِقتصاديّة في الوقت، بالإضافة إلى الاِقتصاديّة في الكلفة الماديّة، إذ تمثل تكنولوجيا الإعلام والاتّصال أدوات فعّالة لإنجاز الكثير من المهام بتكلفة منخفضة.
6. عموميّة المعرفة: اختزل الإعلام والاتّصال الانعزال العقلي المعرفي للناس إلى الحدّ الأدنى، وأدت الوسائل الحديثة للاتصال إلى الإسراع بنشر المعلومات إلى الحدّ الذي نستطيع معه في المستقبل البعيد أن نتوقع أنّه لا يوجد فرد أو جماعة يكون في مقدورها الهرب من تلك التّأثيرات.
7. هيمنة طابع الإثارة: لجذب أكبر قاعدة عريضة من الجماهير، فالإثارة مدخل خصب من المداخل التي تضمن استمرار المنتج الإعلامي.

إذا كان الفكر النّقدي يشكو دائما من غلبة الطّابع الجماهيريّ على وسائل الاتّصال بالجماهير التي أصبحت تتيح المعلومات والآراء والأفكار المتعددة، فإنّ الكثير من المواقع على الشّبكة العالميّة للمعلومات والمتنوعة، تتّفق في كثير منها مع حاجات الأفراد الفكرية والعلمية التي قد تختلف مع الحاجات الجماهيريّة، مثل نشر الدوريات والمقالات والبحوث العلميّة، ونشر التّعليقات والآراء والأفكار في كافة المجالات السّياسية والإقتصاديّة والثّقافيّة والفنيّة ذات المستوى الرّفيع مع دعوة للمناقشة وتبادل الآراء حول هذا المحتوى الذي يخاطب الصفوة في كثير من الأحيان.

اصطلح على تسمية تكنولوجيا الاندماج الّذي حدث بين ظاهرتي ثورة المعلومات وثورة الاتّصال، ثم ظهور الحاسب الإلكترونيّ القادر على تخزين خلاصة ما أنتجه الفكر البشري واسترجاعها في أسرع وقت ممكن، بثورة الاتّصال الخامسة، الّتي تعزّزت أيضًا في اِستخدام الأقمار الصناعية ونقل الأنباء والصور عبر القارات وبطريقة فوريّة، ثمّ جاء الأنترنت ليمثل عنوان ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتّصال، ليمهّد الطريق أمام العولمة وشركاتها، متعددة الجنسيّة لاجتياز السدود، وعبور الحدود لتكتسح وتخترق كل ما هو أمامها في العالم من قيم وعادات وتقاليد وثقافات، وتفرض سياسات اقتصادية وأنماطًا لإدارة السياسات الدُّوَلية بما يتناسب ومصالحها وفرض سياسات العولمة، فإنّ الدّلائل تشير إلى تحوّل العالم أو القرية العالميّة المزعومة إلى مئات الآلاف من المقاطعات الصّغيرة المنعزلة بسبب التّوجّه الفردي لوسائل الاتّصال وميلها إلى تفتيت الجماهير الموحدة إلى شظايا متناثرة.

ثانياً: التّنوع الثّقافيّ والمفاهيم ذات الدلالة:

يشكّل مفهوم الثقافة **Culture** إحدى الأفكار الكبرى الّتي ساعدت البشريّة على إنجاز الكثير من التّقدم العلميّ والتّطور الفكري؛ فالثقافة مفهوم يتميز بطبيعة تراكمية ومستمرة تنتقل من جيل إلى جيل، فهي ميراث اجتماعي للمنجزات البشريّة كافّة، وتوجد في المجتمعات كلّها - البسيطة والمعقّدة، أوالمتقدّمة والمتخلفة- ؛ وتؤدّي الثقافة دورًا مهمًّا في إعداد الفرد وبلورة أفكاره ومواقفه واتجاهاته إزاء القضايا والمشاكل في المجتمع؛ وتسهم في تكوين الرّأي العام، كما تمثّل دورًا مهمًّا في تكيّف الأفرادوالجماعات وتهيّئهم للقيام بأفعال، والاستجابة لأفكار معيّنة تحدّد أنماط سلوكهم الجمعي، لما تنطويعليه من عادات ومواقف واتّجاهات ذات صفة مشتركة بين أفراد المجتمع.

إنّ الثقافة - كمفهوم متعددة الأبعاد- كان ولايزال سيبقى الشّغل الشّاغل للعديد من المفكرين، والسياسيين والتّربويين والمثقفين، على مرّ الزّمن. وذلك، لأنّ "الكل مجتمع ثقافة معيّنة هي كلّ نتاج الفكرالمجتمعي؛ بالإضافة إلى وجود إشكاليّات لغويّة، وإشكاليّات إيديولوجيّة، وإشكاليّات تاريخيّة، وأخرى تعليمية ثقافية".

أمّا مكوّنات الثّقافة فهي المكوّنات المعنويّة اللامادية، ويقصد بها مكوّنات الثّقافة الموجّهة التي تشكّل مرجعيّة للسلوك والفعل والنّشاط الإنسانيّ وتشمل اللّغة، والدين، والقيم، والأخلاق،

والأعراف،والقوانين؛ وما يرتبط بها من جزاءات وأساليب ترشيد، وتأديب. وكذلك اللّغة التي هي أساس أيّة ثقافة، "والمكوّنات الماديّة هي ما أبدعه الإنسان أو ما اقتبسه من أدوات، ومعدّات، ووسائل، وأساليب تعينه فيتكيفه مع بيئته الطبيعية وتسهل حياته ورقيّه فيها؛ والجانب الماديّ من أيّة ثقافة مرتبط بالجانب المعنويبل هو تابع له".

تميّز التـدفق الحرّ للمعلومـات فـي عصـر العولمة بطبيعة مراوغة ذات أبعاد متناقضة. ذلـك، أنّـه لا يـؤدي بالضـرورة إلـى حريـة التّعبيـر، بـل يظهـر دائمًا مفهوم جديـد للرقابـة فـي عصـر التّـدفق الإلكترونـيّ للمعلومـات يحمـي مصـالح المتحكمـين فـي السوق العالميّة. كما أنّ سقوط الحواجز الثّقافيّة وكلّ العوائـق الأخـرى أمـام التّـدفق الحـر للمعلومـات والأفكار لم يحقّق التّنوع والتّعدد في الآراء والأفكار بما يثري الثّقافة الإنسانية. وذلك، بسبب هيمنة عـدد محدود من الشركات العملاقة على النّشاط الإعلامي والمعلوماتيّ في العـالم ممّـا يشكّل تهديـدًا للتّنـوع الثّقافيّ الّذي ميّز تاريخ البشرية.

1- التّنوّع الثّقافيّ

تحمل الِإختلافات الثّقافيّة قدرًا من السلطة بعكس الِإختلافات الناجمة عن الخيارات الفردية، وتتمّ عمليّة تأطيـرها وهيكلتها بفـعل تجسدها في نظام المـعنى والأهـمية المـشتركة والمتوارثة تاريخيًا في ثقافة من الثّقافات، لهذا يُستخدم تعبير "التنوع" للإشارة إلى الِإختلافات المستمدّة من بنية الثقافة أيّ الِإختلافات المتجذرّة ثقافيًا؛ حيث يحمل مفهوم التنوع الثّقافيّ فكرة التعايش بين أكثر من مظهر ثقافي داخل الوسط المجتمعي نفسه، وعندما يكون لدى المجتمعات وجود تعبيرات ثقافية متنوعة، فإنّ ذلك ينعكس في ظهور ديناميات مجتمعية مختلفة بين تلك الكيانات الثّقافيّة. وفي معظم الحالات هذه العلاقات تعكس ديناميات بين الأكثريّة والأقليّة.

كما أنّ مفهوم التنوع الثّقافيّ قد أصبح يحمل "قيمة مجتمعية"، وهي قيمة توجيهية من شأنها أن توفر نوعًا من خارطة الطريق للتنظيم الِإجتماعيّ والثّقافيّ والمؤسسي لمجتمعاتنا المعاصرة. إذ من الممكن اِستخدام التنوع الثّقافيّ كأداة قيمة لإعادة التنظيم الِإجتماعيّ والسياسي والمؤسسي للمجتمع، وقد يتم ذلك من خلال الإدراج في النّظم الِإجتماعيّة والسياسية لوجهات النّظر الثّقافيّة المختلفة، والتفاهمات الّتي تكون موجودة بالفعل في المجتمع. علاوة على ذلك، فإنّ التنوع الثّقافيّ كقيمة يحمل بالضرورة اتصالاً وثيقًا مع المبادئ والحقوق، الّتي هي جزء من النّظام القانوني في مجتمع معيّن. بالتّالي، سيجلب في تفسير منطوق تلك الحقوق والمبادئ وجهات النظر الثّقافيّة والمجتمعيّة الموجودة على اختلافها.

لا يمكن أن يشير مفهوم التنوع الثّقافيّ فقط إلى مظاهرعديدة ومفاهيم الثقافة، الّتي توجد في جميع المجتمعات تقريبًا (الجانب الواقعي)، ولكن أيضًا كقيمة مجتمعية يمكنها أن تعمل كأداة سياسية توفر الشرعية لجماعات ثقافية في نضالها من أجل نيل اعتراف إيجابي لوجودها في المجتمعات التي يعيشون فيها، ولكن أيضًا كأداة لتفسير (أو ربما إعادة تفسير) المبادئ والحقوق القانونية الأساسية في المجتمعات المتنوعة ثقافياً.

2- التّعدّدية الثّقافيّة

- تعريف التّعدّدية اصطلاحًا

لا توجد صيغة تعريف موحّدة طاغية على كلّ التّعريفات في ميدان العلوم الإجتماعيّة، بل هناك تعريفات عديدة؛ وذلك بسبب غموضها وتنوع أشكالها وأحجامها ومشاركتها في التّغييرات العقليّة والإجتماعيّة والتّاريخيّة والسّياسيّة. والمسألة ليست أي تعريف أكثر صحة، إنّما في التّعريف الّذي يساعدنا على تحليل وفهم الخلافات العرقية؛ لهذا فإنّ أيّ تعريف يجب أن يتفادى صعوبتين:

1- أن يكون التّعريف واسعًا، ممّا يجرّده من أيّة فائدة.
2- أن يكون ضيّقًا ممّا يؤدي إلى عدم دقته وشموليّته.

يعتقد البعض أنّ التعددية تختلف فيما لو كانت مفهومًا، عنه لو كانت مصطلحًا. ويرى آخرون في التعددية كمفـهوم أنّها ترادف التنوع والإختلاف، إذ إنّ كثيراً من الدُّوَل تتميّز بالتّنوع لكنها تفتقر إلى البعد الإيديولوجي والإداري.

أمّا كمصطلح، فيعتقد البعض الآخر أنّها تمثّل النّظام السّياسي الّذي له خلفية فلسفية ترتبط بإدراك الدولة وطبيعة الإنسان، ولها ملامح مؤسسية ثابتة ومتفق عليها، وتقترن بتطوّر اقتصادي واجتماعي محدّد ومناخ ثقافي يقوم على الفصل بين الدّين والدُّوَلة، وتهدف إلى إدارة الصراع الإجتماعيّ. من هنا، تبرز التعددية في تعدّد المعتقدات والمؤسسات والمجتمعات (نقيض الواحدية).

هناك من يرى التعددية، أمثال ـ"كرافورد يونغ"، في علاقاتها بالدولة القوميّة ذات السّيادة والنّظام السياسي القائم فيها، والّذي يحدّد بصورة قاطعة حدود التفاعل، بغض النظر عن طبيعة هذا التفاعل، بين الجماعات المختلفة، التي يتشكّل منها المجتمع، والّتي تتباين من حيث أصولها العرقية أو اللّغويّة أو الطّائفية، ومن حيث أوضاعها الإجتماعيّة والإقتصاديّة، ومفاهيمها السياسية.

وتعرف الموسوعة البريطانية التّعددية، بأنّها "الاستقلالية التي تحظى بها جماعات معينة في إطار المجتمع مثل: الكنيسة، النقابات المهنية، الاتحادات العمالية والأقليات العرقية. أما "كرافورد يونغ" فهو يربط بين التعددية وحدود التفاعل بين الدولة ونظامها السياسي من جهة، والجماعات المختلفة التي يتشكل منها المجتمع، والتي تتباين من حيث أصولها العرقية أو اللغويّة أو الطائفية، ومن حيث أوضاعها الإجتماعيّة والإقتصاديّة، ومفاهيمها السياسية بغض النظر عن طبيعة هذا التفاعل.

كما يعرّفهـا "هنرى كاريل" بأنّها ترتيبـات مؤسّساتيـة خاصـة لتوزيع السلطـة الحكومية المشاركة فيها، حيث يشير هذا التعريف إلى مشروعية تعدّد القوى والآراء السياسية وحقها في التعايش والتعبير عن نفسها والمشاركة في التّأثير في القرار السياسي في مجتمعها، وهى إقرار واعتراف بوجود التنوع الذي يترتب عليه اختلاف المصالح والاهتمامات

والأولويات، وتكون التعددية بهذا إطارًا مقننًا للتعامل مع هذا الإختلاف، حتى لا يتحول إلى صراع يهدد سلامة المجتمع و بقاء الدولة.

- أنماط التّعددية : تنقسم التّعددية إلى نمطين رئيسين:

كما اختلف الباحثون بشأن مدلول المجموعة العرقية، فليس هناك معيار أوصفة متفقًا حولها، فثمة من لا يستشعر حرجًا في القول إن الجماعة العرقية هي ذاتها الجماعة السلالية **Racial group**، وثمة من يستخدم مفهوم الجماعة العرقية كمترادفة لمدلول الأمة. ويمكن النّظر إلى العرقية من جانبين: جانب إيجابي، وهو المحافظة على التّراث والعادات والتقاليد والقيم؛ وجانب سلبي، يمكن أن تهدد التضامن الوطني. " فالأثنية هي عادة ما ينظر إليها سلبية ومتخلفة وخطيرة"، وتكمن الخطورة في استعمال الدعاية العرقية لتحقيق أهداف سياسية في سبيل إنشاء دول جديدة وحديثة مستقلة خاصة لمجموعة عرقية معينة، وهذا ما فعلته النّخبة السياسيّة في أثناءِ انهيار الاتحاد السوفييتي ويوغسلافيا.

من المهم أن يؤخذ بعين الاعتبار، أنّ مفهوم التنوع الثّقافيّ لا يمكن أن يشير فقط إلى مظاهر عديدة ومفاهيم الثقافة، التي توجد في جميع المجتمعات تقريبًا (الجانب الواقعي)، ولكن أيضًا كقيمة مجتمعية يمكنها أن تعمل لا كأداة سياسية توفر الشرعية لجماعات ثقافية في نضالها من أجل نيل اعتراف إيجابي لوجودها في المجتمعات التي يعيشون فيها، ولكن أيضًا كأداة لتفسير (أو ربما إعادة تفسير) المبادئ والحقوق القانونيّة الأساسيّة في المجتمعات المتنّوعة ثقافيًا.

أما مفهوم التّعددية الثّقافيّة، فعلى الرّغم من كونه معنيًا بالتعامل مع الجماعات المتمايزة ثقافيًا، إلا أنّه لا يعني تعدد المكوّنات الثّقافيّة للمجتمع، بل هو يشتمل على قبول ورضا كافة تلك المكونات بواقعها المجتمعي المتعدد والاعتراف به رسميًا. وبناء على ذلك الاعتراف يتمّ إقرار آليات معيّنة في كيفيّة التّعامل مع هذا التنوّع الثّقافيّ. وفي ظلّ توافر مثل هذا الاعتراف وتلك الآليات، يمكن وصف المجتمع بأنه تعددي يتبنىالتعددية نهجًا للتعايش والتّسامح ما بين مكوناته الثّقافيّة.

عرفت اليونسكو "التعددية الثّقافيّة " بوجود تفاعل عادل بين الثقافات المتنوعة مع إمكانية خلق تعبيرات ثقافية مشتركة من خلال الحوار والاحترام المتبادل على المستوى المحلي، والإقليمي، والدُّوَلي. وتفترض التعددية :"الاعتراف بحقوق الإنسان في المجتمع وبكرامته وبرسالته مثلما تفترض الإقرار بواجباته ومسؤولياته"، وعلى ذلك تعتبر التّعدديّة " أحد شروط الممارسة الدّيمقراطية" (بوصفها إدارة للتنوع). وبالتالي، تتعارض تعارضًا تامًّا مع وجود الدولة الشّمولية.

أمّا قاموس المصطلحات السياسية، والإِقتصاديّة، والإِجتماعيّة، فيعرّف "التعددية" على أنّها عبارة عن تنظيم حياة المجتمع (بوصفها أداة للتنوع) وفق قواعد عامّة مشتركة تحترم وجود التّنوع والإِختلاف في اتجاه السكان في المجتمعات ذات الأطر الواسعة، بخاصّةٍ المجتمعات الحديثة تختلط فيها الاتجاهات الإيديولوجية.

3- التّنوّع الثّقافيّ والأمن المجتمعي:

يعِّرف الأمن المجتمعي بـ "قدرة المجتمع على الاستمرار في طابعه الأساسي في ظلّ الظروف المتغيّرة والتهديدات المحتملة أو الفعلية، فهو يتعامل مع الاستدامة في ظل ظروف مقبولة للتطور للأطر التّقليدية للغة، الثقافة، الجمعيات، الدين، الهوية، والأعراف الوطنية ... وينشغل بحالات المجتمعات الّتي ترى أنّها مهددة من حيث الهوية فيشير هذا المفهوم إلى ظروف إعادة إنتاج مجتمع محدد من جانب هوياتي، وأن يشكّل إعادة إنتاج السمات الهوياتية كاللغة، الدين... شرطًا أساسيًا لبقائه؛ كما أنّ ثباتها واستمراريتها هو أساس مجتمع آمن، ما يعني أنّ حالة الأمن المجتمعي تتشكل عندما تكون هذه السّمات مهدّدة أو متصورة على هذا النحو.

في هذا السّياق حدّد بوزان Buzan في كتاباته المبكرة اثنين من التهديدات الرئيسة للأمن المجتمعي ممثلة أساسًا في: الهجرة والصدام بين الهويات الحضارية المتنافسة؛ الأولى تهدّد الأمن المجتمعي عن طريق إحداثها تغييراً مباشراً في التكوين الاثني والثّقافيّ والديني واللغوي للسكان، أما الصدام بين الهويات الحضارية المتنافسة فهو مفهوم يشير أساسًا إلى الحاجة للدفاع عن المجتمع وحمايته من تأثير الثقافات التنافسية المغرية. وفق هذا المسار، تشكل المجموعات المجتمعيّة التي ينظر إليها على أنها توفر البيئة والموارد التي يتطور ويزدهر من خلالها البشر، الموضوع المرجعي للأمن المجتمعي، مع تميز المجتمع عن الفئات الإجتماعيّة الأخرى بكونه "على درجة عالية من الجمود الإجتماعيّ والاستمرارية في كثير من الأحيان عبر أجيال متتابعة، مع بنية تحتية قوية للمعايير والقيم والمؤسسات"، لذلك نجد هوية المجموعات المجتمعيّة قوية بما فيه الكفاية لتتنافس مع الدُّوَلة كمصدر للتنظيم السياسي.

ثالثاً: دور وسائل الاتّصال الرّقْميّ في تعزيز التنوع الثّقافيّ:

1- وسائل الاتّصال والإعلام الرّقْميّ الجديدة

التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتّصال تشير إلى أن العالم يمر في مرحلة تكنولوجية معلوماتية اتصالية جديدة تتسم بسمة أساسية وهي المزج بين أكثر من تكنولوجيا معلوماتية اتصالية تمتلكها أكثر منوسيلة لتحقيق الهدف النهائي، وهو توصيل الرسالة الاتّصالية إلى الجمهور المستهدف،" أطلق عليها مرحلة الاتّصال متعدد الوسائط Multimedia أو التكنولوجية الاتّصالية التّفاعليّة. ومرتكزات هذه المرحلة الأساسية، الحواسيب الإلكترونيّة في جيلها الخامس المتضمن أنظمة الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence إضافة إلى الألياف الضوئية Fibers Optics وأشعة الليزر والأقمار الاصطناعية العاملة بالنظم الرّقْميّة، ونظم الاتّصالات عن بعد ، Tele- communication وأبرزمستحدثات هذه المرحلة الاتّصالية الرّقْميّة؛ الإنترنت والصحافة الإلكترونيّة وشبكات التواصل الإجتماعيّ مثل الفيسبوك، وتوتير، ويوتيوب، والمدوّنات، وأنظمة البريد الإلكترونيّ، وبرامج المحادثة، والتلفزيون التفاعلي، وراديو الإنترنت والنشر الإلكترونيّ مثل: المكتبات الرّقْميّة والكتب الإلكترونيّة

النصية والمسموعة، ويرى خبراء الاتّصال أن أداء وسائل الاتّصال لوظائفها تؤثر في المجتمعات وتعمل على تغييرها، ويختلف نوع التّأثير تبعا لكل وسيلة، وقد زاد التطور التكنولوجي الضخم لوسائل الاتّصال والتوقعات المذهلة لمستقبلها من قوة ذلك التّأثير. وتتكون تكنولوجيا الاتّصال الرّقْميّة الحديثة "من أجهزة حاسوب Hardware وبرمجيات Software، ومن أنظمة الشّبكات الحديثة التي تعمل على إيصال المعلومات والقيم الاِجتماعيّة إلى الأفراد بما يمكنهم من تحليلها، وتبادلها مع أفراد آخرين"، وقد تطورت هذه التكنولوجيا بظهور عصر الاتّصال الرّقْميّ الذي قدم وسائل الإعلام التقليدية مجتمعة بوسيلة اتصالية جديدة هي الإنترنت، هذا التطور أبرز للوجود ما يعرف بطريق المعلومات الفائق السرعة، وأصبح أمام جيل اليوم الطامح بالحصول على ثقافة سهلة في ظل الانتشار السريع لوسائل الإعلام الجديدة من صحف ومجلات إلكترونية باتت تشكل منافسا لا يمكن الاستهانة به من قبل وسائل الإعلام التقليدية.

2- وسائل الاتّصال الرّقْميّ والأبعاد الثّقافيّة

أحدثت التكنولوجيا الحديثة في وسائل الاتّصال الرّقْميّ فجوة في واقع العلاقات بين الغرب والشّرق، وبين الدُّوَل المتقدّمة التي تمتلك تلك التكنولوجيا والدُّوَل النّامية التي تفتقر إليها، أطلق عليها تسمية الفجوة الرّقْميّة للدلالة على الهوة التي تفصل بين من يمتلكون القدرة على اِستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتّصال والإنترنت وبين الدُّوَل والمجتمعات التي لا تمتلك تلك التكنولوجيا الحديثة، فقد تطورت وسائل الاتّصال الرّقْميّ تطورا بالغا في عالمنا المعاصر، وأصبح من الميسور أن تنعقد العلاقات والصلات الاِجتماعيّة والاِقتصاديّة والسياسية والثّقافيّة بين الدُّوَل والشعوب بشكل واضح وعميق، بل بات من غير الممكن أن تعيش دولة ما بمعزل عما يمر به العالم بمختلف دوله من أحداث. وقد أدى نمو وسائل الاتّصال الرّقْميّ وتطورها السريع إلى تغيرات شاملة في الحياة الثّقافيّة، وأصبح من الممكن الآن عمليا أن تكون المادة الثّقافيّة متاحة للجميع على شبكة الإنترنت وفي متناول من يريد أن يتثقف، كما "أدى تطور وسائل الاتّصال إلى توثيق العلاقات بين الدُّوَل وبلغت الاتّصالات المشتركة بينها مرحلة بالغة من القوة والنضج، فانزاحت الحدود والفواصل التي كانت تعيق الاتّصال الثّقافيّ واللغوي وانقضى عصرالعزلة إلى غير رجعة، والطواعية والاختيار الحر هما طابع الثقافة المعاصرة حيث تسود حرية الرأي والفكر. مما جعل البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتّصال الرّقْميّ بيئة عالميّة دولية، ساعدت على سقوط الحواجز الثّقافيّة بين أطراف عملية الاتّصال سواء على المستوى الثنائي أو الجمعي الذي يحقق أهداف هذه الأطراف على المستوى الثّقافيّ بين شعوب العالم"، من خلال رسائل وسائل الإعلام الجديدة الثّقافيّة التي أصبح يتعرض لها الملايين من سكان القارات الست، على الرّغم من من اختلاف لغاتهم وثقافاتهم، وسيخفف نظام الترجمة الفورية من وطأة هيمنة اللغة الإنكليزية على عالم الثقافة والتجارة في العالم. حيث أحدثت وسائل الاتّصال الرّقْميّ تغييرات جذرية في ظروف التنمية الثّقافيّة، وقدمت لهاإمكانيات كثيرة؛ لذلك فإن هدف الاتّصال ليس نقل الثقافة من جيل إلى جيل بعناصرها نفسها، بل نقل عصارة ثقافية جيدة، إذ "إن الثقافة كمضمون لا يمكن أن تنفصل بيسر عن الوعاء الذي يحملها، والوعاء هنا وسيلة ألاتّصال الرّقْميّ التي تقع عليها مسؤولية

تطوير الإنتاج الثّقافيّ، من ناحية وتيسيره للناس من ناحية أخرى، فتتحقق بذلك الركيزتان التي تقف عليهما الثقافة: التقدم المستمر في غير تراخ، وتحقيق الديمقراطية العقلية والوجدانية في المجتمع".

وتأسيسا على ماسبق، نجد أن العلاقة بين وسائل الاتّصال والثقافة علاقة تكاملية، فإذا كانت وسائل الاتّصال الرّقْميّ هي أوعية ثقافية وأن الرسائل الثّقافيّة في جوهرها هي وسائل للاتصال والثقافة تشكل أداة ومصدراً للاتصال الإنساني، فإن الرموز والكلمات والتعبيرات اللغويّة، والإيحاءات الجسدية جميعها أجزاء مكونه للثقافة تؤدي دورا بالغ الأهمية في عملية الاتّصال بين أفراد المجتمع، وفي توحيد رسالة الاتّصال بتوحيد معناها، وإيصال المعنى إلى الأفراد، كما أن وسائل الاتّصال الرّقْميّ هي الناقل الأساسي للثقافة، وهي أدوات تساعد على دعم المواقف أو التّأثير فيها وعلى حفز وتعزيز ونشر الأنماط السلوكية وتحقيق التكامل الاِجتماعيّ، وهي تلعب دورا أساسيا في تطبيق السياسات الثّقافيّة وإضفاء طابع ديمقراطي على الثقافة، ولا يعني هذا أن وسائل الإعلام الجديدة يمكن أن تحل محل القنوات الثّقافيّة الأخرى، بل لا بد من أن تتكامل معها لتحقيق عملية الاتّصال الثّقافيّ بالمستوى المنشود في المجتمع، فلا يمكن تصور الثقافة من دون تعبير أو إبلاغ من خلال وسائل الإعلام، ومن ناحية أخرى لا سبيل لنجاح وسائل الإعلام الجديدة من دون زاد ثقافي يشد اهتمام الجمهور إليها.وعلى الرّغم من ذلك فقد وجهت العديد من الانتقادات لوسائل الإعلام الجديدة باعتبارها ساعدت على نشر وترويج الثقافة المبتذلة بدلا من الثقافة الجادة، وانها تقدم مواد إعلاميّة سطحية تعتمد في الأساس على الإثارة والتشويش بدلا من العمق، الأمر الذي أصاب الحياة الثّقافيّة بالعقم، كما أنها – في رأي النقاد لدور وسائل الإعلام الثّقافيّ – أدت إلى تنميط الأذواق، وتعميم أنماط الحياة والتشجيع على التقليد الأعمى، مما أثر في قدرة الإنسان على الابتكار والإبداع والنقد والتحليل، غير أن البعض يرى على العكس مما سبق – إن التكنولوجيا الجديدة لوسائل الاتّصال والإعلام قدمت خدمات جليلة للثقافة، ويكفي أنها كسرت الطوق الذي قيد الثقافة حقبا طويلة، وقصرها على النخبة التي تملك المال والنفوذ، فأتاحت هذه التكنولوجيا الفرصة للمواطن العادي للتواصل مع الآخرين وممارسة حقه في الإعلام وأن ينال حقه من الثقافة. وفي الوقت نفسه يرى بعض الباحثين "أن التكنولوجيا الجديدة لوسائل الاتّصال والإعلام ساعدت على ظهور ما سمي بصراع الثقافات وإحداث مواجهات ثقافية غير معهودة قد تؤدي إلى الغزو الثّقافيّ أو إلى الإفقار والتبعية الثّقافيّين لصالح بعض الدُّوَل، وهذا ما يحدث حاليا مع الهيمنة الأمريكية، وتحاول بعض الدُّوَل الحد من التعرض لصور ومعلومات الآخر بالمنع أو التحكم في استعمال الهوائيات المقعرة مثل الصين وبعض دول الخليج العربي أو بتحديد الدخول مثل كوبا، للوقاية من الثقافات الوافدة والتيارات الهدامة"، إذ لم يعد خافيا اليوم تلك التحديات والمخاطر التي تحدق بالثقافة، ليس في الدُّوَل النّامية فحسب، بل حتى في الدُّوَل الصناعية.

ويعتبر البعد الثّقافيّ في الاتّصال من أهم الوظائف التي تسعى إليها وسائل الاتّصال الرّقْميّ التي تقدم للجماهير ثقافة الحياة بالقدر الذي يصل الإنسان والجماعة بالحياة بأرقى ما وصلت إليه في النواحي الفكرية والإنتاج الرائع للعقول النشطة والنظم السائدة في العالم والوسائل المستخدمة في أعمال الناس الفكرية، حيث تتعلق هذه الوظيفة بنشر المعرفة على أساس تفتيح

الأذهان وتكوين الشخصية، وشحذ الكفاءات وتنمية الذوق وتهذيبه، وتمكين الإنسان على مدى العمر من المحافظة على مقدرة استيعاب كلما ينمي طاقاته ويوسع آفاقه، كما يجب أن تقوم وسائل الاتّصال الرّقْميّ على إقرار الديمقراطية الثّقافيّة إذ أن الحق في الثقافة وارد ومعترف به ضمن الإعلان العالميّ لحقوق الإنسان، والواقع أن وسائل الاتّصال الرّقْميّ ووسائل الإعلام الجديدة تسهم بشكل كبير جدا في نشر الثقافات- إن أحسن اِستخدامها- وتمثل خطرا كبيرا - إن أسيء اِستخدامها- فتؤدي إلى الهبوط بمستوى ما يقدم، ويتضح تأثير ذلك الخطر جليا عندما تخضع وسائل الإعلام للضبط والاحتكار والسيطرة والتوجيه من جانب المسيطرين على هذه الوسائل، الأمر الذي يجعلها معبرة عن مصالحهم واهتماماتهم فقط، ومن ثم لا تحمل هذه الوسائل إلا الثقافة التي تمثل فئة معينة ولا تعكس ثقافة المجتمع." فالاتّصال والثقافة إذا في حالة تفاعل متبادل، وهم انتاج لواقع موضوعي وإفراز لأوضاع اِجتماعيّة واقتصادية وسياسية سائدة في المجتمع، والمسؤولية الملقاة على عاتق وسائل الاتّصال هائلة لأنها لا تقوم بمجرد نقل الثقافة ونشرها، بل بانتقاء محتواها".

3- وسائل الاتّصال الرّقْميّ وعولمة الثقافة

تُوصف العولمة الثّقافيّة بأنها ثقافة ذات بعد واحد، التي هي ثقافة الأقوى، ثقافة كل من يملك وسائل الاتّصال الرّقْميّ الحديثة القادرة على خلق اختراق حقيقي للثقافة الوطنية والقوميّة لصالح ثقافة البعد الواحد.أما دور وسائل الاتّصال الرّقْميّ ووظائفها التي تتجاوز نشر الأنباء والمعلومات لتشمل بث الأفكار والتعريف بالأحداث واشراك الأفراد والجماعات في إنتاج الخبر وترويجه وصنع الأحداث، فإنّ هذا الدور لوسائل الاتّصال الرّقْميّ، "أصبح ممتدا إلى مجالات الحياة المختلفة السياسية والإقتصاديّة والإجتماعيّة، وبالتالي إلى الثقافة في مفهومها الواسع بما في ذلك الترفيه والتثقيف والتربية والنهوض بالإنتاج الفكري والحفاظ على اللغة وتهذيبها. "كما أن وسائل الاتّصال الرّقْميّ يمكن أن تكون أيضاً سلاحاً ذا حدين يقود إلى هيمنة ثقافية، والى سيطرة اقتصادية يتعارض مضمونها مع المبادئ والقيم والأفكار الخاصة بكل شعب. ونستخلص مما تقدم بأن العولمة ومفرداتها ميزة تاريخية هائلة للطرف القوي وللمنتج الريادي تمكنه من تحريك قوته كلها أو جزء منها إلى أي دولة في العالم، والى أي بقعة في أي زمان وبدون استئذان وبسرعة وسائل الاتّصال الرّقْميّ، وأن الثقافة في أجزاء كثيرة منها لها مظاهر الإنتاج القابلة للنقل والانتقال، ومن هنا بدأت مفردات الثقافة تنتقل مع السلع والخدمات ومع وسائل الإعلام الجديدة والشّبكات الإلكترونيّة، والمحطات الفضائية، وقد فرضت العولمة على الدُّوَل المتقدّمة أيضا إخضاع ثقافتها المصدرة عبر تكنولوجيا الاتّصال الرّقْميّ ووسائل الإعلام الجديدة وثقافتها المحليّة إلى متطلبات السرعة والسوق والتنافس البيئي والتغير المستمر، فالعولمة تيار يجتاح العالم بسبب الديناميكية التي ولدتها الثّورة الرّقْميّة، ثورة تكنولوجيا الاتّصال والمعلومات.

إن هنالك ثقافة عالميّة آخذة في التشكيل، تنقلها وسائل الاتّصال والإعلام الرّقْميّة ذات التقنية العالية، تتجاوز كافة الحدود الثّقافيّة القوميّة أو المحليّة الأخرى، بعضهم يصف تلك الثقافة العالميّة الجديدة الآخذة في التشكل "بأنها ثقافة سطحية أو استهلاكية، أو غزو ثقافي، أو مادية،

أو غير ذلك، ولكن مهما كان الوصف المعطى فإنه لا ينفي الحقيقة القائمة وهي أن مثل هذه الثقافة تنشر وتسود على حساب ثقافات محلية وقومية عديدة"، إن الهيمنة التي ترافق العولمة الثّقافيّة التي تدخل إلى كل بيت من خلال وسائل الاتّصال الرّقْميّ ومستحدثاتها؛ هي هيمنة القوي على الضعيف، هيمنة المرسل على المستقبل، هيمنة المانح على المتلقي. حيث إن خصوصية أي مجتمع محكومة بقواعد راسخة من الثقافة والقيم التي يمثلها الهرم الثّقافيّ والهرم القيمي، وما يتهدد هذه الخصوصية والهوية هو أن تكون ضعيفة لا تتفاعل ولا تتجاوب مع متطلبات الحياة المعاصرة التي يعيشها أبناؤها، فالعولمة الثّقافيّة لا تعني بالضرورة أحادية الثقافة، بقدر ماتعني الثقافة المشتركة.

4- وسائل الاتّصال الرّقْميّ والتقريب بين الثقافات

تتسم تكنولوجيا المعلومات والاتّصال بقدرة عالية على حفز الإبداع والابتكار، وتوفير المنتجات والمضامين والخدمات الثّقافيّة بجميع أنواعها ونشرها وتبادلها باعتماد وسائل الاتّصال الرّقْميّ المباشر كالشبكة العنكبوتية أو غير المباشر كالأقراص المضغوطة، وتتيح لكل فرد إمكانية التمتع بالثقافات المتنوعة للشعوب الأخرى. ويقصد بالتنوع الثّقافيّ، حسب تعريف منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو)، هوعديد الطرق المعبرة عن ثقافات الفئات الاِجتماعيّة والمجتمعات، ويتم تناقل أشكال التعبير عن هذه الثقافات من خلال السلع والخدمات الثّقافيّة داخل المجتمعات وفيما بينها، ولا تنحصر بالضرورة داخل نطاق الحدود الوطنية، ومن الأشكال المبدية للثقافة عبر الزمان والمكان، تنبع خصوصية تعدد الهويات وأشكال التعبير الثّقافيّ لكافة شعوب المعمورة ومجتمعاتها، "ولا تقتصر تجليات التنوع الثّقافيّ على تنوع أساليب التعبير عن التراث الثّقافيّ للبشرية وأساليب حمايته وإثرائه ونقله إلى الأجيال المقبلة، بل تشمل كذلك تنوع أشكال التعبير الثّقافيّ التي تحملها السلع والخدمات الثّقافيّة في جميع أنحاء العالم وشتى أنماط الإنتاج والنشر والتوزيع والاستهلاك، أيا كانت الوسائل والتكنولوجيات المستخدمة". حيث أصبحت النوافذ كلها مفتوحة على العالم، وتيارات الثقافة المتعددة الوجوه والأشكال والأغراض تجتاح كل بقعة من هذا الكون المترامي الأطراف، ونحن نعيش وسط عصر تعددت فيه وسائل الاتّصال الرّقْميّ وتنوعت إلى حد يكاد معه العقل البشري لا يصدق ما تطالعنا به المخترعات والمكتشفات العلمية خصوصاً بعد أن أصبح العالم يعيش اليوم في قرية بسيطة أو بيت إلكتروني كما قيل بعد اختراع الأقمار الاصطناعية التي غزت العالم فحوّلته إلى مطبخ تمازجت فيه الثقافات الأخرى. ولم يعد التعامل مع وسائل الاتّصال الرّقْميّ ووسائل الإعلام الجديدة خيارا في ظل العولمة المتعددة الجوانب، بل صار ضرورة حتمية، إذ لم يعد ممكنا التفاعل مع القضايا الحياتية للناس بعيدا عنها ومن دونها، بل أصحبت عند بعضهم، وعلى مختلف أنواعها، حاجة أساسية في تطور المجتمعات ونموها، وفي المقابل يعتبرها بعضهم الآخر مسؤولة عن التوتر القائم بين الشعوب وتوسيع الهوة بين الحضارات والثقافات، حيث أثبتت التجارب أهمية وسائل الاتّصال والإعلام ودورها الفاعل في التجميع والتفريق أو في التقريب والحوار في هذا الميدان، لذلك يعول المجتمع الدَّوَلي والمنظمات غير الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني العالميّة والمحليّة

على مشاركة وسائل الاتّصال والإعلام بمختلف أنواعها وانتماءاتها وتبعياتها في العمل على فتح الحوار والتلاقي بين المجتمعات والإسهام في تقريب الثقافات.

إن الحديث عن دور وسائل الاتّصال الرّقْميّ في تعزيز قيم ومفاهيم التنوع الثّقافيّ في العالم العربي وفي العالم بشكل عام يجب أن لا ينسلخ عن الواقع المعاش في هذه المنطقة من العالم، وبأنه لا بد من أن يكون مستندا إلى رؤى واقعية مستمدة من تجربة تطور المجتمعات العربية خلال الفترة الماضية، وبالنسبةإلى وسائل الإعلام العربية لا تزال تسير في ركب مجتمعاتها وأسيرة لها، من حيث تدني مستوى تعاطيها مع القيم الأصيلة للتنوع الثّقافيّ، ومن هنا يمكن توجيه اللوم إلى بعض وسائل الإعلام العربية في هذه المرحلة؛ لان الإعلام ليس سوى مرحلة للتحولات الإِجتماعيّة والسياسية والاِقتصاديّة والثّقافيّة التي يعيشها المجتمع، وبالتالي فلا يمكن توقع أن تخرج هذه الوسائل وتتمرد على مجتمعها لأنه عندما نتحدث عن وسائل الاتّصال الرّقْميّ فإننا نجد "أنها تقع في قلب النقاشات حول مسالة التنوع الثّقافيّ خاصة بعد أن تطور هذا القطاع ونما بفضل الثّورة التكنولوجية التي أحدثتها التحولات المعلوماتية خلال العقدين الماضيين." وأضحى مصدرا مهما من مصادر المعرفة التي تغذي قيم التنوع الثّقافيّ في مجتمعنا المعاصر ويسهم في إذكاء حراكه الثّقافيّ والإِجتماعيّ استنادا إلى قيم حق الاتّصال، وحرية التعبير، والتعددية، والتشاركية، وهي ذات القيم التي يقوم عليها التنوع الثّقافيّ وفلسفتها العامة في أوضح حالاته إضافة إلى دورها في:

أ. تشجيع فكرة الحوار بين الحضارات والثقافات، والمساعدة في نشر وتحقيق السلم والأمن في العالم.
ب. إشاعة روح التسامح والتعايش بين الأمم والشعوب.
ج. تعزيز الحوار الموضوعي النزيه بين الحضارات والثقافات.
د. تفعيل الحوار بين الحضارات والثقافات من خلال التوسع في إقامة المنتديات في أكثر من منطقة واقليم على مستوى العالم وتكريس جهودها لإشاعة قيم الحوار والتعايش.

وهذا الدور لا بد من أن يساهم في تعزيز الروابط الإنسانية التي تجمع بين الأمم والشعوب، من خلال الحوار بين الحضارات والثقافات على قاعدة الاحترام المتبادل بين المنتسبين لهذه الثقافات والمنتمين لهذه الحضارات جميعا ولا بد من حماية مبادئ الحق والعدل والإنصاف، لتكون دافعا مساعدا للمجتمع لتعميق التسامح واستتباب الأمن والسلام والتعايش الثّقافيّ والحضاري الشامل بين البشر، وكل هذا يفرض على قطاع تكنولوجيا الاتّصال أن يكون منظومة متكاملة من الحرية والتشاركية والتعددية، لأنه يؤدي دورا مركزيا في تكريس هذه القيم أو تعطيلها وهو بهذا يعد ركنا أساسيا من أركان المجتمعات باتجاه التنمية المستدامة التي لا يمكن أن تتحقق في غياب التنوع الثّقافيّ. ولإضفاء نوع من الخصوصية الواضحة للمجتمعات حول العالم، فإن المدافعين عن مفهوم التنوع الثّقافيّ يتحدثون فعليا عن مجتمعات إنسانية باعتبار أن كل مجتمع يمكنه توظيف تراثه المعرفي التقليدي والمعاصر في خدمة أهدافه التنموية، ولعل هذا التوجه يمنح المجتمعات هامشا معقولا من الحرية في اختيار أنماط الثقافة التي تراها مناسبة لإحداث التحولات الإِجتماعيّة والاِقتصاديّة التي ترغبها دون أن تضطر للخضوع لنموذج قياسي ثقافي معرفي واحد. ومع بداية التسعينيات من القرن الماضي

قادت ثورة المعلومات الرّقْميّة إلى بلورة أطر ومقاييس جديدة لمستوى المعلوماتية في المجتمعات المعاصرة تأخذ بعين الاعتبار حالة الاندماج غير المسبوقة بين صناعة الاتّصالات والحواسيب والإعلام، وهي تعمل عبر منظمات شبكية متكاملة عمادها الوسائط المتعددة التّفاعليّة وقواعد البيانات، وهذا يعطي كثيراً من المؤشرات، منها: مؤشر جاهزية التشابك، ومقياس مجتمع التنوع الثّقافيّ، كما وان العيش المشترك والتعاون والانسجام، من الأساسيات التي قام عليها الإجماع البشري منذ أمد قديم، إذ اقتضت ظروف الاجتماع البشري والعمل على تطويع الطبيعة لصالح الإنسان وساهمت وسائل الاتّصال منذ أن وجد الإنسان على وجه البسيطة في تعزيز قيم التنوع الثّقافيّ باعتبارها قضية أساسية لتقوية المجتمع وتثبيت بنائه الإِجتماعيّ، وتعزيز قيم التعاون بين أبناء البشرية بغض النظر عن اختلاف الأعراق والثقافات والأديان، كما "تسعى هذه الوسائل بكل أشكالها لأن يظل هذا التآخي قائما بين الإنسان وأخيه الإنسان وتذويب الفوارق، وعلى مر خمسين سنة خلت، شرعت المنظمات الدُّوَلية في تجربة جريئة لدعم نماذج التعددية الثّقافيّة الليبرالية وفي صياغة مقاييس دولية لحقوق الأقلية، وطرح مشروع تدويل التعددية الثّقافيّة. حيث إن الثقافة ضرورة منضرورات حياة الأفراد والجماعات، بل والإنسانية جمعاء ومصدر حيّ للهويات وهي عنصر أساسي من عناصر التماسك الإِجتماعيّ ومجال لا يقبل الاختزال لما يتفاعل فيهمن تراث الأجيال الماضية وتراث الأجيال القادمة، حيث تتفاعل العلاقات بين الثقافات بشكل مباشر مع ثقافات العالم باعتبارها تراثا مشتركا للإنسانية، وان تعزيز الثقافات وإزالة الحواجز بينها يعتبر إدراكا للقيم المشتركة بين الشعوب جميعا"، فالثقافة هي روح الأمة وعنوان هويتها، وهي من الركائز الأساس في نهوض وبناء الأمم، فلكل أمة ثقافة تستمد منها عناصرها ومقوماتها وخصائصها، وتصطبغ بصبغتها، فتنسب إليها، ولكل مجتمع ثقافته التي يتسم بها، ولكل ثقافة مميزاتها وخصائصها، مما يتطلب تشكيل نماذج التعددية الثّقافيّة الليبرالية وفي صياغة مقاييس دولية لحقوق الأقلية، وطرح مشروع تدويل التعددية الثّقافيّة.

الخلاصة:

ساهمت وسائل الاتّصال الرّقْميّ الحديثة في ربط الأفراد والجماعات بعضهم البعض، في مختلف بقاع العالم ، وتمكنت من كسر عزلة المجتمع البشري التي لم تعد قائمة بعد الآن، كما تغلبت وسائل الاتّصال الرّقْميّ على قيود الوقت والمسافة، حيث تمكنت وبجدارة من اختراق الحدود المكانية وقهرت قيود الزمن، وذلك ما حفز على التفاعل والمشاركة الجمعية، والمساهمة في تعزيز قيم التنوع الثّقافيّ. وبانتشار شبكات الاتّصال عن بعد في مختلف أنحاء العالم، التي أتاحت تدفق المعلومات لكل الشعوب، استطاعت تكنولوجيا الاتّصال الرّقْميّ أن تضيف وسائل إعلاميّة جديدة إلى الكثير من الشعوب والأمم والحكومات من جهة، مثلما وضعت في يد خصومها من جهة أخرى أدوات إعلاميّة جديدة، حيث ساهمت بشكل كبير بالاطلاع على ثقافات الشعوب على المستوى الخارجي، إضافة إلى ذلك مكنت وسائل الاتّصال الرّقْميّ من دعم جهود التنوع الثّقافيّ على المستوى الداخلي، وأصبح متاحاً منذ بداية الألفية الثالثة أمام كل الأطراف المختلفة وسائل إعلاميّة جديدة مثل:الصحافة الإلكترونيّة والمدوّنات، ومواقع شبكات التواصل الإِجتماعيّ، والبريد الإلكترونيّ والفاكس وغيرها، وقد

أدى هذا التطور التكنولوجي الرّقْميّ إلى فتح آفاق جديدة للاتصال الجماهيري، وأصبحت تكنولوجيا النظم الرّقْميّة في متناول عدد كبير من الجمهور.

كما يسر التدفق الكبير فيحجم المعلومات المتاحة بعد الثّورة الرّقْميّة الذي شهد زيادة هائلة، بسبب التطورات التكنولوجية الراهنة،عملية إرسال واستقبال المعلومات بشكل كبير جدا، لكن تكنولوجيا وسائل الاتّصال الرّقْميّ أحدثت في الوقت نفسه فجوة في واقع العلاقات بين الغرب والشّرق وبين الدُّوَل المتقدّمة التي تمتلك تلك التكنولوجيا والدُّوَل النّامية التي تفتقر إليها، كما شهد العصر الحالي سرعة فائقة وتطورا كبيرا في صناعة تكنولوجيا وسائل الاتّصال والمعلوماتية، مما انعكس إيجابا على شكل وسائل الإعلام الجديدة ومضمونها وخصائصها وانتشارها وقدراتها على التّأثير.

علاوة على ذلك، شكلت وسائل الاتّصال الرّقْميّ والإعلام نافذة أساسية يطل منها إنسان هذا العصر على العالم ويرى من خلالها ثقافته، وحضارته وتقدمه، إذ كانت وما تزال تشكل وسائل الاتّصال العامل الأهم والأبرز في تكوين اتجاهات ومواقف الفرد باعتبارها الطريق إلى المعرفة والأداة الفعالة في التنمية وتطوير الوعي، كما أسهم المد الاتّصالي في المجتمعات المتقدّمة وانفجار وسائل الاتّصال المحليّة في ظل الثورة الرّقْميّة وانجازها، حيث تقوم وسائل الاتّصال الرّقْميّ بضمان حرية التعبير لمختلف أشكال الممارسة الفنية والثّقافيّة والاِجتماعيّة والدينية والفلسفية، وبالتالي فهي ضمان الحق في التنوع الثّقافيّ تماما كما هو الشأن فيمايتعلق بإسناد الممارسات الثّقافيّة التي من شأنها إبراز وتوسيع مجال الهويات الثّقافيّة وانفتاحها على ما سواها من هويات.

وقد أسهمت الثّورة الرّقْميّة وانجازها الأعظم شبكة الإنترنت ووسائل الإعلام الإلكترونيّ في تفعيل الممارسات الثّقافيّة الكفيلة بحماية التنوع، عبر تجميع المخزون الثّقافيّ والعمل على ترويجه على نطاق واسع وتعزيز قيم التنوع الثّقافيّ باعتبارها قضية أساسية لتقوية المجتمع وتثبيت بنائه الاِجتماعيّ. وساعدت ثورة الاتّصالات والمعلومات الرّقْميّة على الانتشار الواسع والسريع لوسائل الاتّصال الرّقْميّ التي باتت إحدى الضرورات الأساسية في دفع الحوار بين الشعوب والثقافات نحو تحقيق الأهداف الإنسانية، ويمكن أن تقرب المسافات بين الثقافات وتتيح المزيد من التعارف والتفاهم بين الشعوب ترسيخاً للتعددية الثّقافيّة، فوسائل الاتّصال جعلت العالم في حالة تغير مستمرة، لذلك لا يمكن أن ينشأ أي تعاون بناء أو أي حوار حقيقي بين الحضارات والثقافات دون الإقرار بمبدأ التنوع الثّقافيّ، والإقرار بدور وسائل الاتّصال الرّقْميّ في تعزيز هذا التنوع والمحافظة عليه والإسهام في تشجيع الحوار واحترام التنوع الثّقافيّ وصونه باعتباره سبيلا للتعايش بين بني البشر، والتأسيس لمستقبل مشترك أكثر اطمئنانا وتضامنا. إن دعوة الثقافات والديانات للحوار الدائم وتعزيز التعايش، بعيًدا عن كل توتر أو احتقار، وعبر سلسلة من الإسهامات المتبادلة المبنية على القيم والمبادئ الكونية المشتركة بينها، والمتمثلة في قيم الحب والإخاء والتسامح والاحترام المتبادل والتضامن والعدل، وهي قيم ومبادئ كونية ينبغي الارتقاء بها وترسيخها في الضمائر والسلوك، باعتبارها إرثًا إنسانياً مشتركاً، وذلك عبر حوار حقيقي بين الثقافات والديانات.

قائمة المصادر والمراجع

الكتب العربية:
- إبراهيم بدران ،في الفكر والثقافة والتقدم، الشارقة: وزارة الثقافة، 1992.
- أحمد بخوش ،الاتّصال والعولمة دراسة سوسي وثقافية، القاهرة: دار الفجر، 2008.
- أحمد وهبان، الصراعات العرقية واستقرار العالم المعاصر، دراسة في الأقليات والحركات العرقية ،الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة للنشر، 2004.
- أ.محمد مالكي، الديمقراطية داخل الأحزاب في البلدان العربية، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية،2000.
- باريخبيخو ،إعادة النظر في التعددية الثّقافيّة التنوع الثّقافيّ والنظرية السياسية، دمشق: الهيئة العامة السورية للكتاب،2007.
- تركي الحمد، الثقافة العربية في عصر العولمة، بيروت: دار الساقي،2007.
- تقرير حالة حوار الثقافات في العالم، سلسلة كتب مؤسسة الفكر العربي، بيروت، 2011.
- جابر سعيد عوض، مفهوم التعددية في الأدبيات المعاصرة::مراجعة نقدية، بحث مقدم لندوة التعددية الحزبية والطائفية والعرقية في العالم العربي، الكويت: وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية،1993 .
- جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الاتّصال، القاهرة: دار الفكر العربي، د ت.
- حسن عماد مكاوي ، محمود علم الدين ،تكنولوجيا المعلومات والاتّصال، القاهرة: الدار العربية ، 2009.
- حسن عماد مكاوي ، محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتّصال، القاهرة: الدار العربية ، 2007.
- حسين فوزي النجار، الإعلام المعاصر، القاهرة: دار المعارف، 2006 .
- سعد بن محارب المحارب : الإعلام الجديد في السعودية: دراسة تحليلية في المحتوى الإخبارياللرسائل النصية القصيرة، الكويت : جداول للنشر والتوزيع ،2011 .
- صالح أبو إصبع، الاتّصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان : دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، 1995.
- عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتّصال، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع،2015.
- عبد السلام إبراهيم ، بغدادي، الوحدة الوطنية ومشكلة الأقليات في إفريقيا، بيروت: مركز دراسة الوحدة العربية ،1993.
- عبد الكريم علي الدبيسي ، الرأي العام عوامل تكوينه وطرق قياسه، عمان: دار المسيرة، 2011.
- عبد المجيد ميلاد، التنوع الثّقافيّ في عصر تكنولوجيا المعلومات، القاهرة: دار قباء، 2009،.
- عبد الوهاب الكتالي، الموسوعة السياسية ،الجزء الأول ،بيروت :المؤسسة العربية للدراسة والنشر،1995.عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الدُّوَلي في القرن الحادي والعشرين، دار المسيرة، عمان،2011.

- عصام موسى، الثقافة والاتّصال، ملتقى عمان الثّقافيّ التاسع،23-2000/9/26.
- علي بن عبد الله عسيري ،الآثار الأمنية لِإستخدام الشباب للإنترنت، الرياض :مركز البحوث و الدراسات جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ط1، 2004 .
- فاطمـة القلينـــي، محمــد شــومان، الدعايــة والإعـلان بعــد 11سـبتمبر، القــاهرة: دار الكتــب العلميـة للنشـر والتوزيــع، 2006.
- فضل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتّصال المفهوم الاستعمالات، عمان: الآفاق، دار الثقافة ،2010.
- كريس باركر، التلفزيون والعولمـة والهويـات الثّقافيّـة، ترجمـة عـلا أحمـد إصـلاح، القـاهرة: مجموعـة النيـل العربيـة،2006.
- محمد إبراهيم عايش، وسائل الإعلام الجديدة ومجتمع المعرفة في الوطن العربي، الواقع الحالي والاتجاهات المستقبلية ، جامعة الشارقة ، 2006.
- محمد عابد الجابري ،قضايا في الفكر المعاصر، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية،ط2 ،2006.
- محمد عبد الحميد ،الاتّصال والإعلام على شبكة الإنترنت، القاهرة: عالم الكتب، القاهرة،2007
- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التّأثير، ط1،القاهرة: عالم الكتب،1997.
- محمد علي حوات، قراءة في الخطاب الإعلامي والسياسي المعاصر، القاهرة: مكتبة مدبولي، 2005.
- محمد ياسر الخواجة ،مدخل إلى علم الاجتماع، دار المصطفي، القاهرة، 2004.
- محمود عودة، أساليب الاتّصال والتغيير الِاجتماعيّ : دراسة ميدانية في قرية مصرية، القـاهرة: دار المعارف، 1971.
- نصر الدين العياضي ، وسائل الاتّصال الجماهيري القاعدة والاستثناء، إصدارات وزارة الثقافة حكومة الشارقة، 2007.
- نيفين عبد الخالق، الأبعاد السياسية لمفهوم التعددية: قراءة في واقع الدُّوَل القطرية واستقرار لمستقبلها ، بحث مقدم إلى ندوة التعددية حزبية والطائفية والعرقية في الوطن العربي، الكويت: وزارة الأوقاف، 1995.
- ويل كيمليكا ، أوديسا التعددية الثّقافيّة سبر السياسات الدُّوَلية في التنوع ،ترجمة د. إمام عبدالفتاح ، ، الكويت: عالم المعرفة، ،2011.

المجلات العلمية والدوريات:

- طلعت منصور، سيكولوجية الاتّصال، عالم الفكر : الكويت، المجلس الوطني للثقافـة والفنـون والآداب، المجلد ،11العدد 1980،2.
- عبد الكريم الدبيسي، زهير الطاهات،دور وسائل الاتّصال الرّقْميّ في تعزيز التنوع الثّقافيّ، مجلة الاتّصال والتنمية، بيروت :دار النهضة،العدد6 تشرين الاول 2012 .

- فتحي الأبياري ،الإعلام الدُّوَلي والدعاية، مجلة العلوم الاِجتماعيّة، مج 17،ع 3، الكويت: 1989.
- ليلى عبد المجيد، السياسات الاتّصالية والإعلامية وأثرها في الثقافة والتربية والفكر، مجلة عالم الفكر، المجلد،73عدد1و2، 2004 .
- محمد شكري سلام، ثورة الاتّصال والإعلام، من الإيديولوجيا إلى الميديولوجيا "نحو رؤية نقدية"، مجلة عالم الفكر، العدد ،1،المجلد 32يوليو / سبتمبر ،2003 .
- منير الحمش، متطلبات الأمن الثّقافيّ العربي في المجال الإقتصاديّ، مجلة المنابر، العدد 36السنة،1997.
- وليد عبد جبر، إدارة التنوع الثّقافيّ واستدامة التنمية في المجتمعات الانتقالية،" العراق نموذجاً" ، دراسة اِجتماعيّة تحليلية ،بغداد: مجلة الآداب –جامعة واسط، العدد 119،كانون الأول، 2016.

الكتب الأجنبية:

- Alejandro Fuentes: «cultural diversity and indigenous peoples' land claim, Argumentative dynamic and jurisprudential approach in the Americas», tesis di dottorato, universitadeglistudi di Trento, anno accademico 2010-2011.
- Bernard Berelson& Gray A Steingeer : Human Behavior , An inventory of Scientific Finding , (New York : Brace And Word , INC , 1984) .
- Carla Andrea: «Community security: Letters from bosnia- A theoretical analysis andits application to the case of bosnia- Herzegovina», Peace conflict and development: An interdisciplinary journal, vol-07-July 2005.
- Charles R Wright : Mass communication , A Sociological Perspective , (New York : Random House , 1999.
- Encyclopedia Britannia, Vol 8 ,2012 .
- Richard Davis: New Media and American Politics,(Oxford: Oxford University Press,1998).
- ShenaSalim: «L'école de Copen Hague en relations internationales et la notion de sécurité societal unethéorie a la manière d Huntington»
- Sumeet Gupta and Hee-Woong Kim :"Virtual Community: Concepts, Implications, and Future Research Directions ", Proceedings of the Tenth Americas Conference on Information Systems, (New York: Association for Information Systems ,August 2004).
- UNESCO, Angst, The Problem of cultural diversity, Journal of child and adolescent psychiatric nursing, 19 (3) , 2006.

المواقع الإلكترونية:

فاخر السلطان، التعددية في بعدها السياسي، متاح على الرابط:
http://www.metransparent.com

معوقات التلقي الإلكترونيّ لدى كبار السن

دراسة ميدانية على جمهور مدينة بغداد

د.عمار طاهر محمد
جامعة بغداد - العراق

مقدمة

تشكل تقنيات الاتّصال ونقل المعلومات رافدا أساسيا وركنا مهما في بناء منظومة الانسان الإجتماعيّة والإقتصاديّة والسياسية والثّقافيّة في ظل التحولات المعرفية في الوقت الراهن الذي شهد تطورات متسارعة ومتلاحقة على الصعيد التكنولوجي، الامر الذي أسهم في التواصل الإنساني والحضاري حيث تنامى اعتماد الافراد على الشبكة العالميّة للمعلومات، (الإنترنت) وازداد إستخدام المواقع الإلكترونيّة والمدوّنات وشبكات التواصل الإجتماعيّ.

وقد وفرت شبكات التواصل الإجتماعيّ هذه بيئة تفاعلية افتراضية واحتلت مساحة كبيرة من وقت وفكر ووجدان الفرد بمختلف الفئات العمرية، دونما اعتبار للفوارق الجغرافية والدينية والعرقية والسياسية والإقتصاديّة، فضلا عن النوع والسن، حيث أصبح بمقدوره ان يشارك ويشكّل بيئة جديدة وهو ما يعد اقصى حالات المشاركة الاتّصالية والإجتماعيّة ليمتزج الاتّصال الذاتي والشخصي والجمعي والجماهيري بطريقة أعادت تشكيل الحياة الإجتماعيّة والاتّصالية للفرد والمجتمع.

وتعد شريحة كبار السن فئة مهمة في جميع المجتمعات تقريبا لما تحظى به من احترام ومكانة اعتبارية ولما لها من خصوصية تتمثل باهتمامات معينة تختلف عن بقية الفئات العمرية الأخرى تتناسب مع السن واوقات الفراغ والحاجات والاشباعات والعلاقات الإجتماعيّة، فضلا عن نظرتهم المختلفة للأشياء نتيجة الخبرات المتراكمة على مدى سني حياتهم.

ويلاحظ في الاعوام الأخيرة زيادة في إستخدام كبار السن المواقع الإلكترونيّة وشبكات التواصل الإجتماعيّ بدرجة لا تقل كثيرا عن اهتمام الفئات العمرية الأخرى، حيث يقبل هؤلاء على تعلم مهارات التواصل الإلكترونيّ نتيجة لدوافع عديدة، بحيث أصبحت البيئة الإفتراضيّة جزءا مهما في حياتهم للتواصل مع الاخرين واقامة علاقات إجتماعيّة جديدة وتحقيق بعض الرغبات تخلصا من اثار الوحدة والانعزال.

هذا الاقبال من كبار السن واجه بعض المعوقات الذاتية والموضوعية تتعلق بجوانب مختلفة يسعى هذا البحث لتشخيصها والخروج بمؤشرات علمية دقيقة تساعد على التغلب على هذه المصاعب، ولاسيما بعد ان أصبحت هذه الشريحة جزءا من المجتمع الافتراضي والبيئة الاتّصالية الجديدة.

اولا: الإطار النظري:

تمثل المواقع الإلكترونيّة عموما ومواقع التواصل الإجتماعيّ على وجه الخصوص أهمية كبيرة على المستوى الشخصي والإجتماعيّ للأفراد بعد ان تلاشت الحدود والفوارق، اذ أصبح بإمكان الجميع أن يكتب ويقرا ويراسل ويتفاعل في بيئة ديمقراطية اتصالية مفتوحة تتيح للإنسان مكانا جديدا يستطيع أن يعبر فيه عن نفسه الكترونيا وبامتياز. (1)

ويتطلب إستخدام المواقع الإلكترونيّة توافر بنى تحتية معينة كالأجهزة الذكية وخدمة الإنترنت ومهارات فردية تتمثل بطريقة التعامل مع التقنيات الحديثة، لذلك فقد اثبتت احدى الدراسات أن الشباب والمراهقين من أكثر الفئات إستخداما لهذه المواقع (2) الا ان شبكات التواصل الإجتماعيّ شهدت تدفقا لكبار السن بوتيرة سريعة، حيث يشير كل من(Facebook, Twitter,Google+,(Hangouts),interest, Instagram, إلى ارتفاع معدلات التبني والإستخدام من قبل البالغين من العمر 65 عامًا، بل إن بعض الدراسات الأجنبية أشارت الى ان كبار السن هم أسرع الجمهور نمواً على الرّغم من من الاعتقاد الشائع أن هؤلاء لا يستطيعون إدارة التكنولوجيا بسبب العجز المعرفي.(3)

وتشير إحصاءات الأمم المتحدة وجود زيادة مطردة في أعداد المسنين ممن تجاوزت أعمارهم سن الستين، فبعد أن كان عددهم لا يتجاوز ١٨٨ مليوناً عام ١٩٥٠، بلغ عددهم في العام ١٩٨٠ أكثر من ٤٩٠ مليوناً، ثم أكثر من ٦٠٠ مليون في العام ٢٠٠٠، ومن المتوقع أن يصل العدد في عام ٢٠٢٥ إلى أكثر من مليار مُسن. (4)

وبحلول العقود القليلة المقبلة، تكون المنطقة العربية في أوج هذه التحولات الديمغرافية الجذرية وغير المسبوقة، اذ من المتوقع أن يرتفع عدد البلدان التي تشكل فيها الفئة العمرية 65 وأكثر من 10 في المائة من مجموع السكان إلى 3 دول بحلول عام 2030 وإلى 15 دولة بحلول عام 2050.

وتشير التوقعات إلى تسارع وتيرة الشيخوخة في المنطقة بعد عام 2025بحيث سوف تشكل نسبة كبار السن 2.7 %من مجموع السكان في عام 2035 و3.9 % في عام 2045، ويمكن ملاحظة التغيرات الديمغرافية في المنطقة العربية في الشكل المتغير للهرم السكاني للمنطقة، حيث سينتج تقلص في قاعدة الهرم السكاني في عام 2030 ويستمر في الانكماش إلى أن يبدأ في اتخاذ شكل مستطيلي بحلول عام 2050. (5)

ان بلوغ الانسان مرحلة ما بعد 60 سنة أي مرحلة ما قبل التقاعد تبدأ لديه متغيرات نفسية تؤثر في اتجاهاته السلوكية حيث يعمل معظم كبار السن على التكيف مع هذا العمر، وتعد مرحلة الشيخوخة مرحلة مهمة في حياة الانسان، فهي لا تقل في الاهمية عن مرحلة الطفولة او الشباب، ولكن بسبب التغيرات الإجتماعيّة والإقتصاديّة السريعة التي تحدث في المجتمع فإن طبيعة العلاقات بين الافراد قد تغيرت وكل ذلك اثر في كبار السن وأدى الى تزايد مشكلاتهم وظهور مشاكل جديدة لم يكونوا يعا نون منها في السابق، كما ان هذه الفئة العمرية تعاني من نظرة اهمال وعدم اهتمام وعدم رعاية بل قد تصل الى درجة اعتبارهم معاقين وعالة على كاهل افراد الاسرة والمجتمع ، مع ان المسنين هم طاقة بناءة إذا تم استثمارها واستغلالها والاستفادة منها على الوجه الحسن من خلال تقديم الرعاية والاهتمام اللازمين لهم.(6)

فكبار السن يعانون من الانغلاق الإِجتماعيّ والعزلة نتيجة لافتراق الاسرة ولضعف الحركة التي تحدد نشاطاتهم وتناقص افراد جيلهم ورحيل اصدقائهم، حيث تزداد الوحشة الإِجتماعيّة عندما يموت أحد الزوجين وينشغل عنه الأولاد حيث يشعر انهم منشغلون عنه او مهملون له.(7)

وهنا تبرز بعض التجارب الإيجابية لدى كبار السن مع المواقع الإلكترونيّة، ولاسيما شبكات التواصل الإِجتماعيّ. فقد وجدت دراسة أجرتها جمعية علم النفس الأمريكية (APA) أن كبار السن الذين يقضون الوقت على شبكات التواصل الإِجتماعيّ كانوا أكثر عرضة للمشاركة في الأنشطة التي يمكن أن تؤدي إلى صحة أكبر، مثل طبخ وصفات صحية، وإيجاد طرق أسهل لتنظيف منازلهم والحفاظ عليها. تشير الدراسة أيضًا إلى أن لديهم انخفاضاً في ضغط الدم وحالات أقل من مرض السكري وعادات صحية أقل سلبية مثل التدخين أو الاكتئاب أو المرض. ويعزى ذلك إلى القدرة على التعليم الذاتي في أي عدد من الموضوعات، والبقاء على اطلاع بشأن أحدث اتجاهات التكنولوجيا. (8)

وتعمل المواقع الإلكترونيّة ولاسيما شبكات التواصل الإِجتماعيّ على إبقاء كبار السن مع اسرهم معا، فهي مفيدة بشكل خاص للتواصل مع أحبائهم، وتساعد على سد الفجوة بين الأجيال حيث تتيح مشاركة الصور ويخلق تقاربًا ومشاركة ربما لم تكن موجودة، كما تعد محادثات الفيديو طريقة جيدة للتواصل واستعادة ذكريات رائعة أو إنشاء ذكريات جديدة من خلال نشر الصور ومقاطع الفيديو المنزلية، كما يوظف كبار السن أيضا المواقع الإلكترونيّة للتسوق عبر الإنترنت والحصول على خدمات التوصيل. (9)

بالمقابل ثمة العديد من المعوقات التي تواجه كبار السن قد تعرقل او تعطل التلقي الإلكترونيّ مثل المعوقات التقنية او الصحية او الموضوعية او النفسية او الإِجتماعيّة مثل ضعف المهارة في إِستخدام التقنيات الإلكترونيّة، وعدم مواكبة المستجدات في مجال التقنيات الإلكترونيّة، وصعوبة تعلم الإضافات التقنية الجديدة على المواقع الإلكترونيّة الامراض العضوية مثل تكلس الفقرات العنقية وانحناء العمود الفقري وضعف البصر، او لأنها تؤدي الى هدم العادات والتقاليد والاعراف المجتمعيّة عبر التواصل غير الشرعي واقامة علاقات محرمة، او تحول دون التواصل بينه وبين افراد الاسرة بشكل واقعي وإلى آخره من الأسباب الأخرى.

ثانيا: الإطار المنهجي:

1- مشكلة البحث

يعد تحديد المشكلة اهم الخطوات، وعليها تقوم البحوث العلمية وكثيرا ما تتشابك المشاكل وتتعقد، غير انه بالتشخيص السليم يمكن التوصل الى المشكلة الحقيقية وتحديدها. (10)

لقد أدت الثّورة التقنية في مجال الاتّصال والإعلام الى ظهور مجتمع افتراضي ألغيت الابعاد المكانية والزمانية والمعرفية، وراح يضم جميع الفئات العمرية حيث يتفاعل الجميع في بيئة اتصالية جديدة ألغت الفوارق والفواصل والحدود.

وتتلخص مشكلة البحث بوجود غموض وضبابية في المعوقات التي تواجه التلقي الإلكترونيّ من قبل كبار السن باعتبار ان هذه الفئة العمرية لها خصائص وسمات وظروف محيطة معينة تستحق التعرف عليها من اجل تذليلها، ولاسيما ان هذه المواقع تسهم في التخلص من اثار الوحدة والعزلة وتجعل كبار السن يتواصلون بالمحيطين من حولهم فضلا عن تذليل بعض صعوبات الحياة اليومية.

ويمكن ايجاز مشكلة البحث بالسؤال الاتي:

- ما هي أبرز معوقات التلقي الإلكترونيّ التي تواجه كبار السن في العراق؟
ويتفرع من هذا السؤال الرئيس مجموعة من الأسئلة الثانوية وكما يأتي:
1- مدى اِستخدام كبار السن للتلقي الإلكترونيّ؟
2- ما هي الأجهزة المفضلة لدى كبار السن للتلقي الإلكترونيّ؟
3- ماهي أسباب التلقي الإلكترونيّ لدى كبار السن؟
4- مدى تفاعل كبار السن في أثناءِ التلقي الإلكترونيّ؟
5- ما هي اشكال التفاعل في أثناءِ التلقي الإلكترونيّ؟
6- ما هي معوقات التلقي الإلكترونيّ المختلفة لدى كبار السن؟

2- أهمية البحث:

تنطلق أهمية البحث من أهمية الجمهور الذي يخضع للدراسة، حيث يتناول فئة كبار السن لما لهذه الشريحة من حجم ومكانة اِجتماعيّة ولاسيما ان الدراسات الإعلامية التي تبحث في حاجاتها ودوافعها واشباعاتها ومعوقاتها قليلة بل نادرة، ولاسيما فيما يتعلق بموضوع التلقي الإلكترونيّ حيث انصرفت الدراسات السابقة في اغلبها نحو علاقة كبار السن بالتلفزيون وبقية الوسائل واهملت الإعلام الجديد.

ويقدم هذا البحث مؤشرات علمية للقائم على المواقع الإلكترونيّة ولاسيما شبكات التواصل الاِجتماعيّ حول أبرز معوقات التلقي الإلكترونيّ، مما يسهم في تذليل المصاعب وإيجاد حلول مقبولة لها ، تساعد كبار السن على التفاعل والمشاركة والتواصل مع الاخرين والخروج من انكفائهم الاِجتماعيّ.

3- أهداف البحث

يسعى البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:
1- التّعرُّف إلى عادات وانماط التلقي الإلكترونيّ لدى كبار السن؟
2- تحديد أبرز المعوقات التي تواجه التلقي الإلكترونيّ لدى كبار السن؟

4- الفروض:

استخدم الباحث الفرض البديل لإثبات العلاقة الارتباطية بين الخصائص الفردية للمبحوثين ومدى التلقي الإلكترونيّ لدى كبار السن:

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الفردية للمبحوثين ومدى التلقي الإلكترونيّ لدى كبار السن.

5- منهج البحث:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية، إذ يختص هذا النوع من الدراسات العلمية باستكشاف ووصف الظّاهرة المراد دراستها بِاستخدام أدوات بحثية معينة تتناسب وطبيعة الموضوع.أمّا منهج البحث المستخدم فقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي (Survey method) بوصفه (انسب المناهج العلمية لجمع البيانات الميدانية عن ظاهرة معينة وتوضيحها (11)، اذ يتطابق مع أهداف واغراض الدراسة بالتّعرُّف إلى معوقات التلقي الإلكترونيّ لدى كبار السن.

6- مجالات البحث وحدوده:

شملت الحدود الأساسية للبحث مجالات عدة وكما يأتي:

- المجال المكاني:
ويشمل جميع محافظات جمهورية العراق ضمن نطاق الحدود الجغرافية التي تبلغ مساحاتها (434,924 كلم²).
- المجال البشري:
ويشمل جميع كبار السن في العراق والذين يبلغ سنهم من (60) فما فوق وقد اختار الباحث هذه الشريحة للأسباب الاتية:
- أهمية هذه الشريحة الإِجتماعيّة من الناحية الإِجتماعيّة والاعتبارية.
- يمثل التلقي الإلكترونيّ خيارا مهما لدى كبار السن لتزجية أوقات الفراغ والخروج من العزلة الإِجتماعيّة
- يشكّل التلقي الإلكترونيّ تحديا لكبار السن من حيث مهارات الإِستخدام والتلقي.
- المجال الزماني:
وتشمل مدة توزيع استمارة البحث خلال شهر نيسان وايار 2019

7- إجراءات البحث:

أ- مجتمع البحث:
ويشمل مجتمع البحث جميع كبار السن (60 فما فوق) ضمن الحدود الجغرافية لمدينة بغداد بأقضيتها ونواحيها والبالغ تعدادهم (462.317) نسمة حسب تقديرات سكان العاصمة لسنة 2018، انظر الجدول رقم (1):

الفئات العمرية	حضر			ريف			المجموع		
	ذكور	اناث	مجموع	ذكور	اناث	مجموع	ذكور	اناث	مجموع
64-60	78,979	81,301	160,280	7,670	8,438	16,108	86,649	89,739	176,388
69-65	57,498	60,790	118,288	4,502	4,318	8,820	62,000	65,108	127,108
74-70	36,980	33,644	70,624	2,372	2,557	4,929	39,352	36,201	75,553

79-75	16,317	21,277	37,594	1,377	1,562	2,939	17,694	22,839	40,533
80+	16,278	22,239	38,517	1,815	2,403	4,218	18,093	24,642	42,735

جدول رقم (1) يوضح عدد كبار السن في العاصمة بغداد حسب تقديرات السكان لعام 2018

وقد تم اختيار مدينة بغداد للأسباب الاتية:

1- تعد بغداد عاصمة العراق وأكبر مدنه من حيث عدد السكان، اذ يبلغ عددهم حوالي 7 ملايين شخص ويعد عدد كبار السن الشريحة الأكبر قياسا ببقية المحافظات الاخرى.
2- تضم مختلف طبقات واطياف الشعب العراقي.
3- الحالة الإِقتصاديّة الجيدة للسكان مقارنة ببقية المحافظات، مما يتيح لكبار السن القدرة على شراء اجهزة التلقي الإلكترونيّ.

ب- عينة البحث:

نظراً لسعة حجم مجتمع البحث لهذه الدراسة، وانتشاره في مناطق جغرافية متباعدة، والمدة المخصصة لإنجاز البحث، يجعل من الصعوبة الوصول إلى جميع مكوناته لما يتطلبه من وقت وجهد وتكاليف مادية، لذلك لجأ الباحث إلى أسلوب المعاينة لاختيار العينة، حيث تم اختيار جزء من المجتمع الكلي للبحث، وإجراء الدراسة عليه ليكون ممثلاً للمجتمع الكلي، وذلك من خلال أسلوب العينات غير الاحتمالية وعلى وفق طريقة العينة بالصدفة، إذ تم توزيع استمارة البحث بشكل عرضي على كبار السن من الجنسين، وقد اختار الباحث (100) مبحوث، وتم استبعاد (6) استمارات لأسباب مختلفة تتعلق بترك بعض الأسئلة او التعامل مع الاستمارة دون الاهتمام المطلوب.

وقد اختار الباحث العينة العرضية للأسباب الاتية:

1- سهولة العثور على شريحة كبار السن في الأماكن العامة.

2- إمكانية الحصول على فئات عمرية مختلفة تتجاوز (60) سنة فاختيار أماكن معينة لتوزيع الاستمارة كدائرة التقاعد يصادف مراجعين من عمر واحد في الاغلب.

3- التعامل بشكل مباشر مع افراد العينة بسبب ما يتسم به كبار السن من تحفظ وتوجس حول القضايا العامة.

ج- طرق وأدوات البحث:

استخدم الباحث في هذا السياق مجموعة من الأدوات بهدف جمع المعلومات والبيانات الخاصة بالظّاهرة موضوع البحث , وعلى وفق الاتي:

1- الملاحظة العلمية:

لجأ الباحث الى الملاحظة العلمية لمتابعة المواقع الإلكترونيّة وسيما شبكات التواصل الإجتماعيّ، حيث استفاد من الملاحظة العلمية في تحديد العديد من المؤشرات التي استخدمها في الدراسة الميدانية بغية تحقيق اهداف البحث، والخروج بمؤشرات ذات دلالة وقيمة علمية.

2- الاستبانة:

أختار الباحث استمارة الاستبانة* كأداة بحث للحصول على معلومات وبيانات دقيقة وصحيحة من أفراد العينة، وقد قسمها الباحث الى محاور عدة تتعلق بالخصائص الديمغرافية، وانماط ودوافع الإستخدام، والمعوقات المختلفة التي تواجه التلقي الإلكترونيّة لدى كبار السن، ثم قام بنفسه بشرح الاستمارة، وتوضيح أسئلتها الى افراد عينة البحث.

د- جمع البيانات الخاصة بالجمهور وتحليلاتها:

1-جمع البيانات والمعلومات الميدانية لاستمارة البحث:

اجريت الدراسة الميدانية خلال شهري نيسان وايار 2019, وقد تم توزيع الاستمارة في مناطق مختلفة من العاصمة بغداد، وذلك عبر المقابلة المعمقة، بعد شرح الاستمارة بصورة كاملة.

2- فرز بيانات ومعلومات الاستمارة:

بعد عملية جمع البيانات، قام الباحث بمراجعة جميع الاستمارات المسترجعة لغرض التأكد من جميع الإجابات بشأن الأسئلة الموضوعة في الاستمارة، وجرى فرز المعلومات بطريقة:

3- البرنامج الحاسوبي spss:

جرى التعامل مع المعلومات والبيانات الموجودة في الاستمارة بإستخدام برنامج حزمة الإحصائية الإجتماعيّة (Statically package for the social science) عن طريق ترميز البيانات الموجودة في الاستمارة في إعطاء رمز أو كود لكل معلومة موجودة في الأسئلة حتى يستطيع البرنامج معالجتها إحصائيا وبشكل كمي ومن ثمَّ تحليلها ، وبعدها تم إدخال البيانات التي تم جمعها عبر استمارة الاستقصاء والتي طبقت على العينة المختارة بالبحث من خلال شخص متمرس في عملية إدخال البيانات الى الحاسوب، بإستخدام برنامج (s.p.s.s) والاستعانة بخبير إحصائي لإجراء المعالجات الإحصائية ، ومن ثمَّ استخراج النتائج الخاصة بالبحث.

هـ- اختبارات الصدق والثبات

1-الصدق:

عرض الباحث استمارة بحثه على عدد من المحكمين* من ذوي الخبرة والاختصاص الأكاديمي في مجال الإعلام عدد (3)، وأجرى بعض التعديلات الطفيفة بموجب الملاحظات التي ابداها الخبراء، حيث يدل الصدق على مدى قياس الفقرات للظاهرة المراد قياسها، واعتمد الباحث في قياس صدق فقرات المقياس على ما يعرف بالصدق الظاهري، وهو دراسة

المقياس، لمعرفة ما إذا كانت الفقرات متسقة ومتصلة جميعها، أو أن هناك فقرات يمكن حذفها، ويجري التأكد من الصدق الظاهري بمراجعة الخبراء المتخصصين بهذا المجال.

2- الثبـات:

والثبات هو الاتساق في نتائج المقياس، إذ يعطي النتائج نفسها بعد تطبيقه مرتين في زمنين مختلفين على الأفراد أنفسهم، وتم حساب الثبات بطريقة التجزئة النصفية، واستخراج معامل ارتباط بيرسون بين درجات النصفين فبلغ (0.77)، وبإستخدام معادلة سبيرمان براون التصحيحية بلغ معامل الثبات (0.87) 0.87×100= 87% وهو معامل ثبات كافٍ لتأكيد ثبات المقياس.

8- تحديد مفاهيم البحث:

معوقات:
ويقصد بها كل ما يواجه كبار السن في أثناءِ التلقي الإلكترونيّ سواء كانت معوقات ذاتية ام موضوعية.
التلقي الإلكترونيّ:
وهو اِستخدام المواقع الإلكترونيّة من قبل كبار السن وكل ما يرشح عنه في أثناءِ الإِستخدام.
كبار السن:
ويشمل جميع الأشخاص ممن كان عمرهم (60) سنة فما فوق سواء كانوا ذكورا ام اناث وذلك حسب تصنيف الأمم المتحدة لفئة كبار السن.
جمهور مدينة بغداد:
ويقصد به جميع كبار السن من الجنسين القاطنين ضمن الحدود الإدارية لمحافظة بغداد

9- الدراسات السابقة:

1- بحث أحمد عبد الستار حسين (12)
يتناول هذا البحث موضوع دوافع اِستخدام كبار السن للفيس بوك والاشباعات المتحققة، والذي حدد الباحث اشكاليته بتساؤل رئيس وهو ما دوافع كبار السن في اِستخدام الفيس بوك وما الاشباعات المتحققة من جراء الإِستخدام؟ ويهدف البحث الى معرفة عادات وانماط اِستخدام كبار السن للفيس بوك والوقوف على أبرز دوافع كبار السن في اِستخدامهم للفيس بوك، فضلاً عن تحديد أبرز الاشباعات التي تحققت لكبار السن من جراء اِستخدامهم للفيس بوك.
ويعد البحث من البحوث الوصفية الذي استخدم فيه الباحث المنهج المسحي لتحقيق الاهداف المحددة، وقد اختار الباحث من مجتمع البحث الميداني المتمثل بجمهور كبار السن من الذكور في محافظة ديالى عينة بلغ عددهم 120 مبحوثاً لمسح آرائهم عن طريق ملئهم استمارة الاستبيان، اذ تم اختيارهم بطريقة العينة العمدية ممن يستخدمون الفيس بوك وتبلغ اعمارهم 60 سنة فما فوقويجيدون القراءة والكتابة او لديهم تحصيل علمي.

وقد توصل الباحث الى عدد من النتائج أهمها تأكيد المبحوثين على أن أبرز دوافع اِستخدامهم للفيس بوك يرتبط بالاطلاع على الاحداث الجارية، ويأتي بدرجة اقل دافع التواصل ومتابعة اخبار الاصدقاء والاقارب.

2- رسالة قيس ابراهيم علي (13)

هذا البحث يدرس مشكلةإعلاميّةذات اهمية كبيرة في المجتمع العراقي تتمثل باكتشاف احتياجات كبار السن من التلفزيون العراقي، حيث لاحظ الباحث من خلال المتابعة المنتظمة لوسائل الإعلام العراقية بشكل عام والتلفزيون بشكل خاص قلة الاهتمام بتوجيه موضوعات او برامج تلبي احتياجات كبار السن النفسية والاِجتماعيّة التي تزداد تعقيداً مع التقدم في العمر. وقد استخدم الباحث في دراسته (العينة العرضية أو المتاحة وهي من العينات غيرالاحتمالية)، وتوصل الى استنتاجات عدة أبرزها ان إدراك الواقع الاِجتماعيّ يزيد لدى كبار السن كلما زادت كثافة تعرضهم للتلفزيون، كما دلت نتائج الدراسة ان هناك قصوراً في بعض دراسات علاقة وسائل الاتّصال بشكل عام والتلفزيون بشكل خاص بكبار السن في العراق خاصة والوطن العربي عامة وتعد مصر من الدُّوَل الرائدة في هذا الشأن.

وتوصلت الدراسة الى ندرة وجود أي برامج تخص كبار السن بالتحديد ضمن التخطيط البرامجي للتلفزيون في العراق في جميع مراحل بثه الزمنية. كما توصلت الدراسة الى ان أكثر دوافع تعرض كبار السن لبرامج التلفزيون في العراق هي الدوافع التي تلبي الاحتياجات المعرفية، وتأتي بعدها الدوافع التي تلبي الحاجات الوجدانية ثم تأتي الدوافع التي تلبي الحاجات السلوكية.

3- اطروحة ليلى حسين محمد السيد (14)

تناولت هذه الاطروحة احتياجات كبار السن من خلال (6) وسائل اتصال جماهيرية هي الصحف اليومية، الجرائد والمجلات الاسبوعية، الراديو، التلفزيون، الفيديو.

اما أبرز أهداف الدراسة فهي معرفة مدى حرص كبار السن على التعرض لهذه الوسائل ومدى اهتمامهم بها، إضافة الى معرفة ما يحتاجه كبار السن من هذه الوسائل الست ومدى تلبيتها لهذه الاحتياجات.

وتوصلت الباحثة الى استنتاجات عدة أهمها: يعد التلفزيون أكثر وسائل الاتّصال التي يحرص كبار السن من أفراد العينة على متابعتها بانتظام، ويحتل التلفزيون المكانة الأولى من حيث زمن التعرض من قبل كبار السن، وأشارت الدراسة إلى ان كبار السن يفضلون مشاهدة الافلام الروائية ثم المسلسلات والتمثيليات ثم نشرات الأخبار والبرامج السياسية وتليها البرامج الخاصة بالتوعية الصحية ثم تأتي برامج القرآن الكريم والبرامج الدينية وبعدها البرامج الثّقافيّة ثم الأغاني والموسيقى. وخلصت الاطروحة الى ان التلفزيون يحتل المرتبة الاولى في وسائل الاتّصال لدى كبار السن لأنه يلبي حاجة الرفقة حيث لا يجد كبار السن من يتبادلون معه الحديث والتفاعل الاِجتماعيّ .

ثالثا: الإطار الميداني:

تمثل شريحة كبار السن فئة مهمة من فئات المجتمع العراقي اذ لها مكانتها المتميزة في وجدان الناس، ومع ذلك فإن هذه الفئة العمرية تعاني من مشاكل صحية ونفسية وإجتماعيّة تجعلها أحيانا بسبب الظروف المحيطة تعاني نوعاً من العزلة والانغلاق ولكن مع ظهور الإعلام الجديد ووجود الفضاء الافتراضي دفع العديد من المتقدمين في السن الى الدخول والاتّصال والمشاركة والتفاعل مع الاخرين لتلبية حاجات واشباعات معينة.

ومع التزايد الملحوظ في إستخدام المواقع الإلكترونيّة من قبل كبار السن (60 سنة فأكثر)، ظهرت بعض العوامل التي تعيق التلقي الإلكترونيّ، بعضها ذاتية تتعلق بالشخص نفسه، وبعضها الاخر موضوعية تخص البيئة الاتّصالية والظروف المحيطة.

ويسعى هذا البحث الى التقصي على معوقات التلقي الإلكترونيّ لدى كبار السن، والتّعرُّف إلى أبرز هذه المعوقات، ثم البحث عن العلاقات الارتباطية بين الخصائص الفردية للمبحوثين ومعوقات التلقي الإلكترونيّ.

وقد اختار الباحث عينة عمدية قوامها (100) من الذكور والاناث، واخضع (94) منهم الى استبيان للخروج بدلالات علمية تشخص الظّاهرة وتكشف عن أسبابها الحقيقية الكامنة.

1- الخصائص الفردية للمبحوثين:

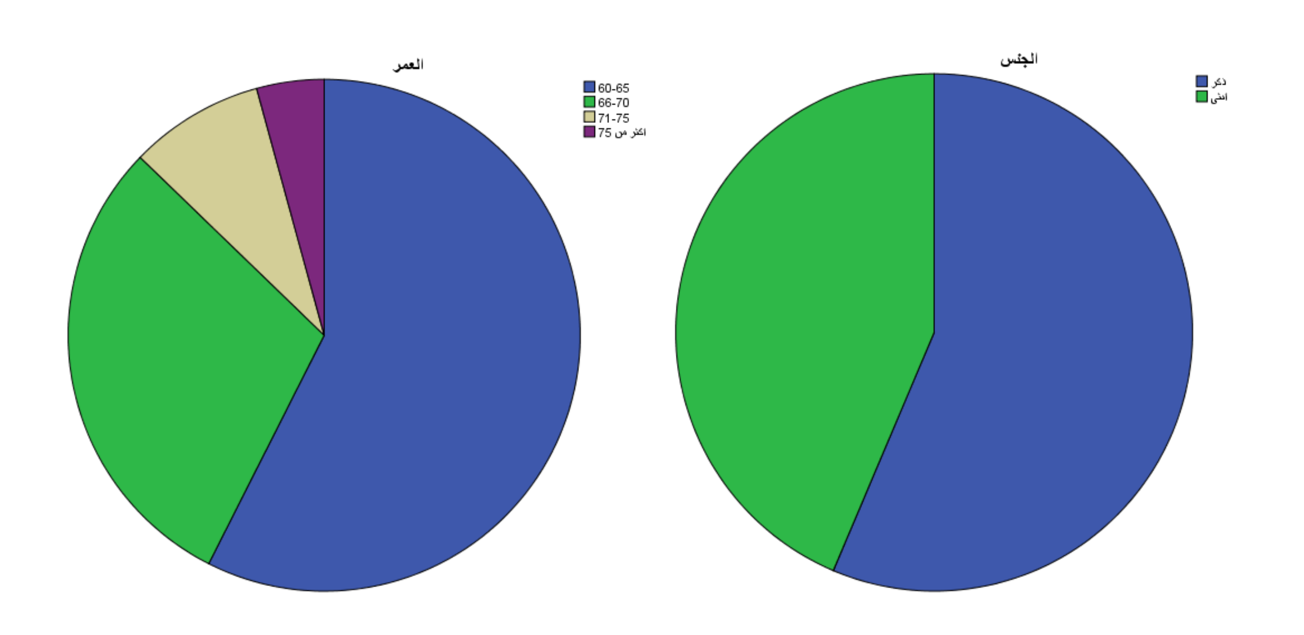
وتوزعت عينة البحث الى (53) من الذكور بنسبة (56.4%) و(41) من الاناث بنسبة (43.6%)، فيما تباينت الفئات العمرية الخاصة بكبار السن اذ بلغت للفئة العمرية (60-65) بعدد (45) بنسبة (57.4%) و(66-70) بعدد (28) بنسبة (29.8%) و(71-75) بعدد (8) بنسبة (8.5%) و(75 فأكثر) بعدد (4) بنسبة (4.3%) اما التحصيل الدراسي فبلغ عدد اللذين يقرؤون ويكتبون (6) بنسبة (6.4%) وأصحاب الشهادة الابتدائية (13) بنسبة (13.8%)، وأصحاب الشهادة المتوسطة (13) بنسبة (13.8%)، وأصحاب الشهادة الاعدادية (18) بنسبة (19.2%)، وأصحاب الشهادة الدبلوم (13) بنسبة (13.8%)، وحملة شهادة البكالوريوس (29) بنسبة (30.9%)، وحملة شهادة عليا (ماجستير، دكتوراه) (2) بنسبة (2.1%)، وتوزع افراد العينة حسب الحالة الإجتماعيّة ما بين (اعزب) بعدد (4) بنسبة (4.3%)، و(متزوج) بعدد (61) بنسبة (64.9%)، و(مطلق) بعدد (4) بنسبة (4.3%)، و(ارمل) بعدد (22) بنسبة (23.3%)، و(منفصل) بعدد (3) بنسبة (3.2%)، واختلف عدد افراد العينة بشان (المهنة او العمل) فجاءت فئة (موظف) بعدد(21) بنسبة (22.3%)، وفئة (عامل) بعدد(2) بنسبة (2.1%)، وفئة (متقاعد) بعدد(47) بنسبة (50.0%)، وفئة (اعمال حرة) بعدد(8) بنسبة (8.5%)، وفئة (لا يعمل) بعدد(3) بنسبة (3.2%)، وفئة (عسكري) بعدد(2) بنسبة (2.2%)، وفئة (ربة بيت) بعدد(11) بنسبة (11.7%)، وبينت مقاييس الاحصاء ان الوسط الحسابي لفئات العمر 1.60 والوسيط 1.00 وبانحراف معياري 0.821 ومنوال 1، اما بالنسبة لمتغير التحصيل الدراسي فقد توزع على 7 فئات كان لفئة البكالوريوس القيمة العليا بواقع 29 شخصاً وبنسبة 30.9% وحسب ما مبين في الفقرة 3 من الجدول ادناه، واوضحت مقاييس الإحصاء ان الوسط الحسابي لفئات الشهادة 3.96 والوسيط 4.00 وبانحراف معياري 1.530 ومنوال 3، اما متغير الحالة الإجتماعيّة فقد توزع على 5 فئات كان لفئة المتزوجون القيمة العليا بواقع 61 شخصاًُ وبنسبة 64.9% وحسب ما هو مبين في الفقرة 4 من

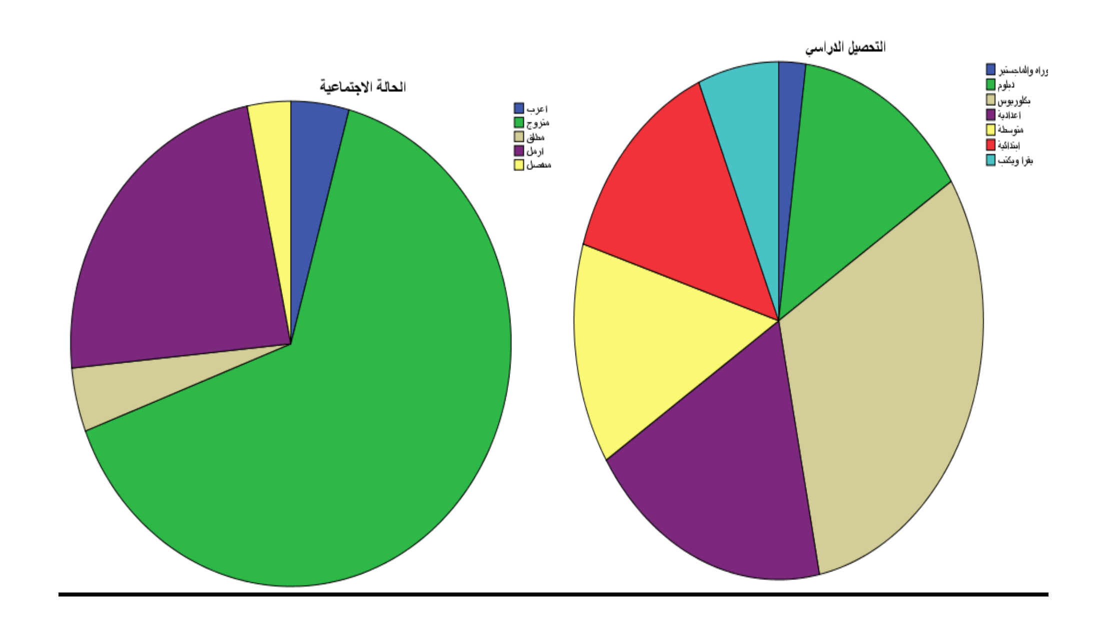
الجدول ادناه. واكدت مقاييس الاحصاء ان الوسط الحسابي لفئات الحالة الإِجتماعيّة 2.56 والوسيط 2.00 وبانحراف معياري 1.001 ومنوال 2، وفيما يخص متغير المهنة فقد توزع على 7 فئات كان لفئة التقاعد القيمة العليا بواقع 47 شخصاً وبنسبة 50% وحسب ما هو مبين في الفقرة 5 من الجدول ادناه، وبينت مقاييس الاحصاء ان الوسط الحسابي لفئات الشهادة 3.21 والوسيط 3.00 وبانحراف معياري1.783 ومنوال 3، انظر الجدول رقم (2):

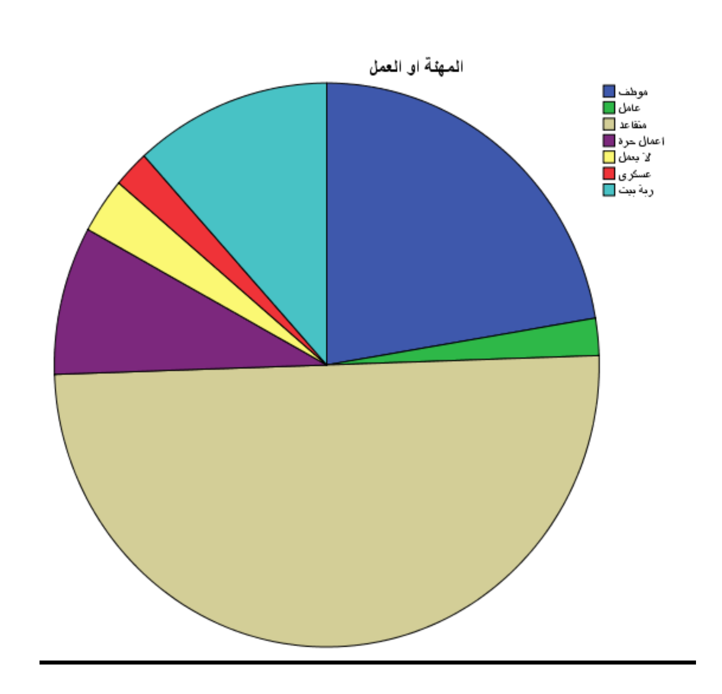
جدول رقم (2) يوضح الخصائص الفردية للمبحوثين

	خصائص افراد العينة	التكرار	النسبة المئوية
	النوع		
	ذكر	53	56.4
	انثى	41	43.6
	المجموع	94	100
	العمر		
	60 - 65	54	57.4
	66-70	28	29.8
	71-75	8	8.5
	75 فاكثر	4	4.3
	المجموع	94	100
	التحصيل الدراسي		
	يقرا ويكتب	6	6.4
	ابتدائية	13	13.8
	متوسطة	13	13.8
	اعدادية	18	19.2
	دبلوم	13	13.8
	بكالوريوس	29	30.9
	شهادة عليا (ماجستير، دكتوراه)	2	2.1
	المجموع	94	100
	الحالة الإِجتماعيّة		
	أعزب	4	4.3

	متزوج	61	64.9
	مطلق	4	4.3
	أرمل	22	23.3
	منفصل	3	3.2
	المجموع	94	100
	المهنة او العمل		
	موظف	21	22.3
	عامل	2	2.1
	متقاعد	47	50.0
	اعمال حرة	8	8.5
	لا يعمل	3	3.2
	عسكري	2	2.2
	ربة بيت	11	11.7
	المجموع	94	100







2- التلقي الإلكترونيّ وكبار السن:

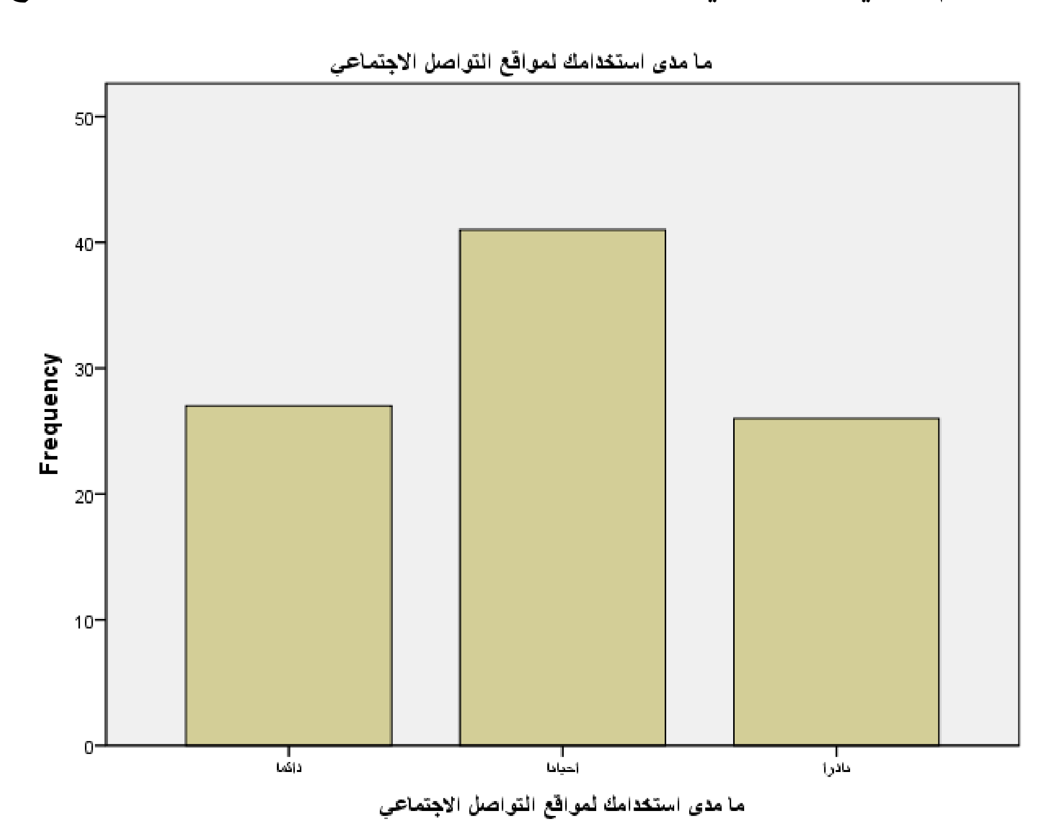
أ- مدى الِاستخدام:

واختلف مدى اِستخدام كبار السن للتلقي الإلكترونيّ، فقد أجاب (دائما) عدد (27) بنسبة (28.7%) من المبحوثين، واكد (أحيانا) عدد (41) بنسبة (43.6%)، وقال (نادرا) عدد (26) بنسبة (27.7%)، واظهرت مقاييس الاحصاء ان الوسط الحسابي كان 1.99 والوسيط 2 والمنوال 2 والانحراف المعياري (0.755)، انظر جدول رقم (3):

جدول رقم (3) يوضح مدى اِستخدام التلقي الإلكترونيّ من قبل كبار السن

ت	مدى الإستخدام	العدد	%
1	دائما	27	28.7
2	احيانا	41	43.6
3	نادرا	26	27.7
المجموع		94	100

يلاحظ ان نسبة اِستخدام التلقي الإلكترونيّ بطرقة المختلفة كبيرة اذ تشكل (72.3%) وهي نسبة طبيعية كون العينة قصدية، فقد تم توزيع الاستمارة بشكل عمدي على كبار السن ممن يستخدم التلقي الإلكترونيّ من مختلف الاعمار وبغض النظر عن طبيعة الموقع الإلكترونيّ.



ب- الأجهزة المفضلة لدى كبار السن:

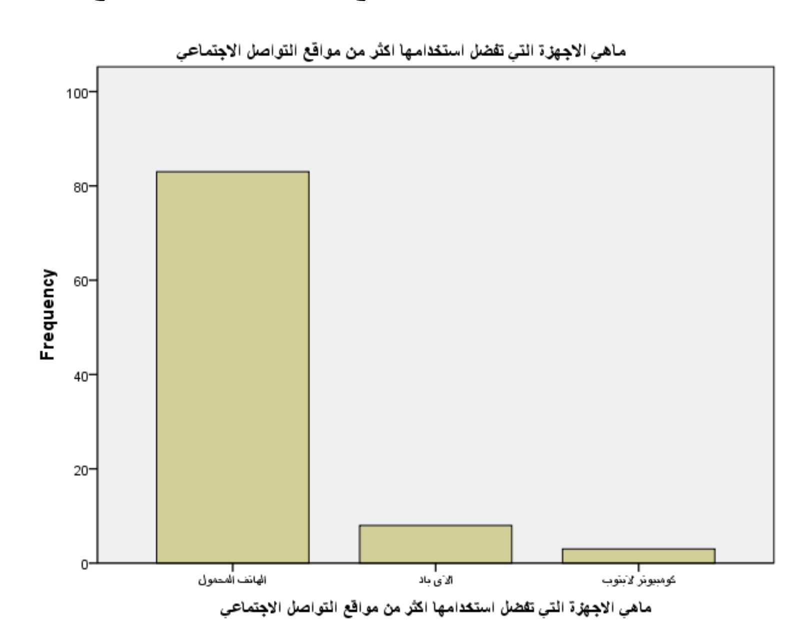
وتنوعت إجابات المبحوثين من كبار السن بشأن الأجهزة الإلكترونيّة التي يستخدمونها من اجل التلقي الإلكترونيّ، فقد اختار (الهاتف المحمول) عدد (8.3) بنسبة (88.3%)، و(الاي باد) عدد (8) بنسبة (8.5%)، و(لاب توب) عدد (3) بنسبة (3.2%)، ولم يختر جهاز

الكومبيوتر (دسك توب) أي من افراد العينة، واظهرت مقايس الاحصاء ان الوسط الحسابي كان 1.15 والوسيط 1 والمنوال 1 والانحراف المعياري (0.439)، انظر الجدول رقم (4):

جدول رقم (4) يوضح الأجهزة المفضلة التي يستخدمها كبار السن للتلقي الإلكترونيّ.

ت	الأجهزة المفضلة	العدد	%
1	الهاتف المحمول	83	88.3
2	الاي باد	8	8.5
3	لابتوب	3	3.2
4	دسك توب	0	0
5	اخرى	0	0
المجموع		94	100

ونستنتج مما تقدم ان كبار السن يستخدمون الهاتف النقال أكثر من بقية الوسائط الاتّصالية الأخرى. والحقيقة ان افراد العينة يؤشرون إلى ما متوفر لديهم من أجهزة ولان الهاتف النقال متوفر دائما لدى الجميع، فإنه حظي بالنسبة الأكبر فضلا عن مميزاته الأخرى المتمثلة بسهولة النقل واحتوائه على جميع التطبيقات والبرامج المتوفرة في الوسائط الأخرى.



3- أسباب اِستخدام التلقي الإلكترونيّ

وتباينت إجابات كبار السن حول أسباب اِستخدام التلقي الإلكترونيّ، اذ ذكر (للتخلص من الوحدة والقضاء على وقت الفراغ) عدد (34) بنسبة (36.25%)، وبين (للشعور بالمتعة والسعادة) عدد (33) بنسبة (35.1%)، وأوضح (للتعرف على طرق الناس في حل مشاكلهم)

عدد (7) بنسبة (7.4%)، وقال (للتواصل مع الأقارب والأصدقاء القدامى) عدد (58) بنسبة (61.7%)، واجاب (تجنبني مشقة الطريق في التواصل مع الاخرين) عدد (10) بنسبة (10.6%)، وذكر (للاطلاع على ما يدور حولي من احداث) عدد (31) بنسبة (33%)، واشار (للترفيه والهروب من المشكلات اليومية) عدد (9) بنسبة (9.6%)، واكد (للحصول على علاقات اِجتماعيّة جديدة) عدد (7) بنسبة (7.4%)، وبين (للمشاركة في مجموعات ذات توجهات مشتركة) عدد (5) بنسبة (5.3%)، وأوضح (لمتابعة الصور ومقاطع الفيديو) عدد (19) بنسبة (20.2%)، واكد (للتعرف على الإعلانات المنشورة) عدد (4) بنسبة (4.3%)، وبين (للدخول الى مواقع معينة) عدد (5) بنسبة (5.3%)، وقد كانت مقايس الاحصاء الوسط الحسابي والوسيط والمنوال والانحراف المعياري لكل سؤال من اسئلة اسباب الإِستخدام حسب ما جاء بالجدول ادناه، انظر الجدول رقم (5):

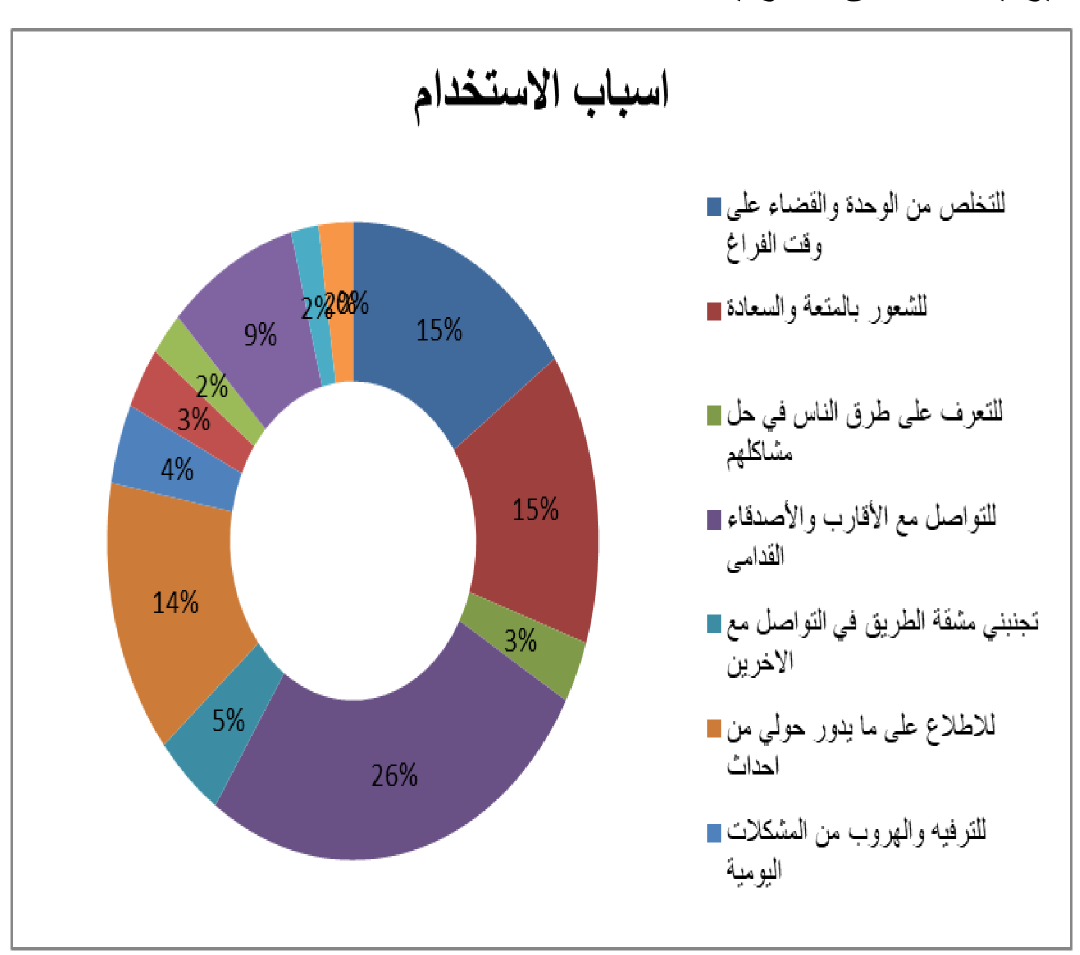
جدول رقم (5) يوضح أسباب اِستخدام كبار السن للتلقي الإلكترونيّ

ت	أسباب الإِستخدام	العدد	%	الوسط الحسابي	الوسيط	المنوال	الانحراف المعياري
1	للتخلص من الوحدة والقضاء على وقت الفراغ	34	15.31	1.64	2	2	0.483
2	للشعور بالمتعة والسعادة	33	14.86	1.65	2	2	0.48
3	للتعرف على طرق الناس في حل مشاكلهم	7	3.15	1.93	2	2	0.264
4	للتواصل مع الأقارب والأصدقاء القدامى	58	26.12	1.38	1	1	0.489
5	تجنب مشقة الطريق في التواصل مع الاخرين	10	4.5	1.89	2	2	0.31
6	للاطلاع على ما يدور حولي من احداث	31	13.96	1.67	2	2	0.473
7	للترفيه والهروب من المشكلات اليومية	9	4.05	1.9	2	2	0.296
8	للحصول على علاقات اِجتماعيّة جديدة	7	3.15	1.93	2	2	0.264
9	للمشاركة في مجموعات ذات توجهات مشتركة	5	2.25	1.95	2	2	0.226
10	لمتابعة الصور ومقاطع الفيديو	19	8.55	1.8	2	2	0.404
11	للتعرف على الإعلانات المنشورة	4	1.8	1.96	2	2	0.203
12	للدخول الى مواقع معينة	5	2.25	1.95	2	2	0.226
13	اخرى	0	0	0	0	0	0
المجموع		222	100				

- بإمكان المبحوث تأشير أكثر من خيار

ونستشف من ذلك ان كبار السن يستخدمون التقنيات الحديثة للتواصل مع الأقارب والأصدقاء القدامى، حيث توفر المواقع الإلكترونيّة ولاسيما شبكات التواصل الإِجتماعيّة فرصة لاستمرار العلاقات الإِجتماعيّة وبشكل مجاني، كما توفر هذه الشّبكات إمكانية التواصل النصي وتبادل الصور ومقاطع الفيديو فضلا عن الاتّصال المباشر مثلما توفر فرصة لكبار السن للتخلص من الوحدة والقضاء على وقت الفراغ حيث يبحرون بعالم افتراضي لا حواجز او كوابح فيه يلغي المسافات المكانية والزمانية.

ويوفر الفضاء السيبراني المتعة والسعادة لكبار السن ولاسيما ان هذه الشريحة لديها فائض من الوقت حيث يحال معظمها إلى التقاعد وهي بحاجة الى الترفيه الذي لا يتطلب حركة وانتقالٍ او بذل مجهود جسدي مثلما يدفع ذلك كبار السن الى الاطلاع على ما يدور من حولهم عن طريق التلقي الإلكترونيّ كونهم لا يغادرون أماكنهم الا في أوقات الضرورة، بالمقابل لا يستخدم هؤلاء التلقي الإلكترونيّ للاطلاع على الإعلانات كون اكثرها لا تعنيهم في حياتهم اليومية فضلا عن محدودية الدخل.



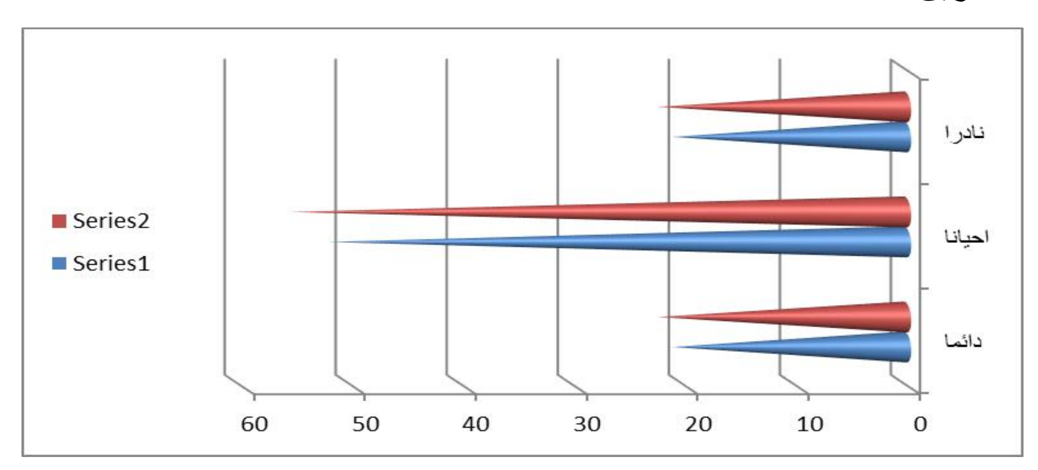
4- مدى تفاعل كبار السن

واختلف مدى تفاعل كبار السن للتلقي الإلكترونيّ، فقد أجاب (دائما) عدد (21) بنسبة (22.3%) من المبحوثين، واكد (أحيانا) عدد (52) بنسبة (55.4%)، وقال (نادرا) عدد (21) بنسبة (22.3%)، اظهرت مقاييس الإحصاء ان الوسط الحسابي كان 2 والوسيط 2 والمنوال 2 والانحراف المعياري (0.672)، انظر جدول رقم (6):

جدول رقم (6) يوضح مدى تفاعل كبار السن مع التلقي الإلكترونيّ

ت	مدى التفاعل	العدد	%
1	دائما	21	22.3
2	احيانا	52	55.4
3	نادرا	21	22.3
المجموع		94	100

وتدل الاحصائيات أعلاه ان كبار السن يتفاعلون أحيانا في أثناءِ التلقي الإلكترونيّ، وذلك يتطابق مع النتيجة في الجدول رقم (5) حيث يستخدم هؤلاء التلقي الإلكترونيّ للتواصل مع الأقارب والأصدقاء القدامى، اذ يتطلب التواصل التفاعل المتواصل والاطلاع على اخبار الاخرين.



5- اشكال تفاعل كبار السن

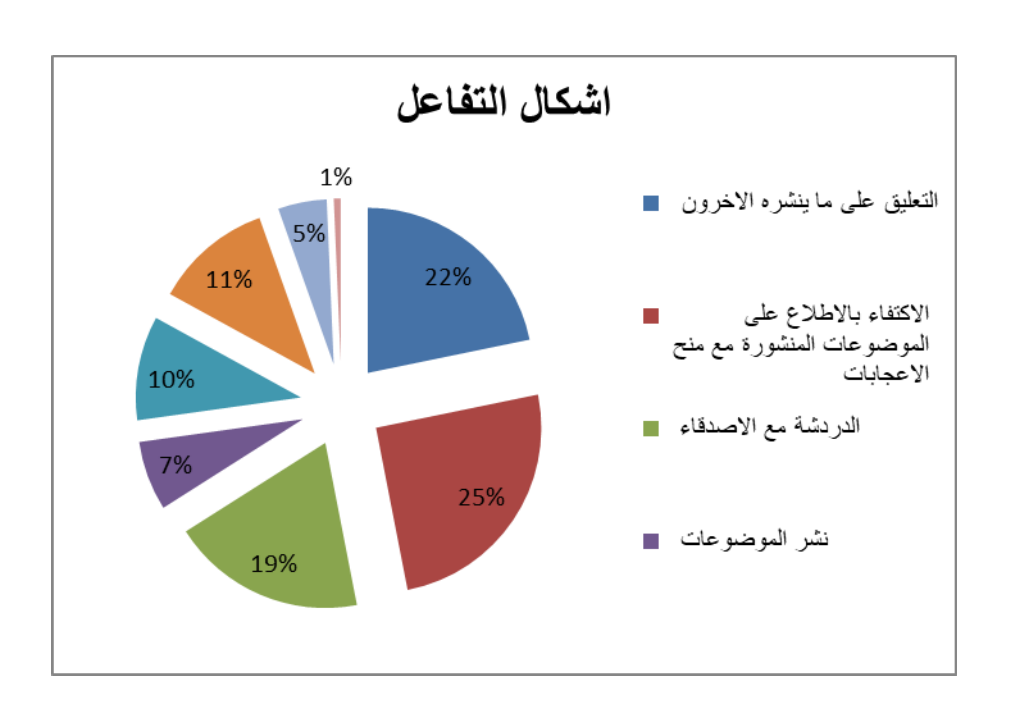
تنوعت إجابات المبحوثين من كبار السن بشأن اشكال التفاعل في أثناءِ التلقي الإلكترونيّ، فقد اختار (التعليق على ما ينشره الاخرون) عدد (32) بنسبة (34%)، و(الاكتفاء بالاطلاع على الموضوعات المنشورة مع منح الاعجابات) عدد (37) بنسبة (39.4%)، و(الدردشة مع الاصدقاء) عدد (28) بنسبة (29.8%)، و(نشر الموضوعات) عدد (10) بنسبة (10.6%)، و(مشاركة منشورات الصفحات الاخرى) عدد (15) بنسبة (16%)، و(الرد على تعليقات

الاخرين على منشوراتي) عدد (17) بنسبة (18.1%)، و(نشر الصور ومقاطع الفيديو) عدد (7) بنسبة (7.4%)، و(نشر الصور ومقاطع الفيديو) عدد (7) بنسبة (7.4%)، و(أخرى) عدد (1) بنسبة (1.1 %)، وقد كانت مقاييس الإحصاء الوسط الحسابي والوسيط والمنوال والانحراف المعياري لكل سؤال من اسئلة اشكال التفاعل حسب ما جاء بالجدول ادناه، انظر جدول رقم (7):

جدول رقم (7) يوضح اشكال تفاعل كبار السن مع التلقي الإلكترونيّ

ت	اشكال التفاعل	العدد	%	الوسط الحسابي	الوسيط	المنوال	الانحراف المعياري
1	التعليق على ما ينشره الاخرون	32	34	2	2	2	0.672
2	الاكتفاء بالاطلاع على الموضوعات المنشورة مع منح الاعجابات	37	39.4	1.66	2	2	0.491
3	الدردشة مع الاصدقاء	28	29.8	1.61	2	2	0.46
4	نشر الموضوعات	10	10.6	1.7	2	2	0.31
5	مشاركة منشورات الصفحات الاخرى	15	16	1.89	2	2	0.368
6	الرد على تعليقات الاخرين على منشوراتي	17	18.1	1.84	2	2	0.387
7	نشر الصور ومقاطع الفيديو	7	7.4	1.82	2	2	0.264
8	أخرى تذكر	1	1.1	1.93	2	2	0.103
المجموع		94	100				

وتتناغم خيارات كبار السن حسبما جاء في النتائج السابقة، اذ تشير الأرقام أعلاه انهم يتفاعلون من خلال ابداء الاعجاب بمنشورات الاخرين والتعليق عليها، فضلا عن الدردشة او الرد على التعليقات، وذلك ما يتناسب مع الظروف واعمار هذه الفئة العمرية.



ج- معوقات التلقي لدى كبار السن:

1- المعوقات التقنية:

توزعت المعوقات التقنية بين افراد العينة من كبار السن، فقد اقر عدد (47) بنسبة (50%) انها تتمثل ب (ضعف المهارة في إستخدام التقنيات الإلكترونيّة)، واكد عدد (27) بنسبة (28.7%) انها تتمثل ب (عدم مواكبة المستجدات في مجال التقنيات الإلكترونيّة)، وذكر عدد (28) بنسبة (29.8%) انها تتمثل ب (إستخدام تقنيات التلقي الإلكترونيّ في مراحل متأخرة من العمر)، وقال عدد (21) بنسبة (22.3%) انها تتمثل ب (ظهور مواقع الكترونية جديدة تتطلب معرفة تقنية معينة)، واشار عدد (23) بنسبة (24.5%) الى انها تتمثل ب (صعوبة تعلم الإضافات التقنية الجديدة على المواقع الإلكترونيّة)، ولم يشر افراد العينة الى وجود معوقات تقنية أخرى، وقد كانت مقاييس الإحصاء الوسط الحسابي والوسيط والمنوال والانحراف المعياري لكل سؤال من اسئلة المعوقات التقنية حسب ما جاء بالجدول ادناه، انظر الجدول رقم (8):

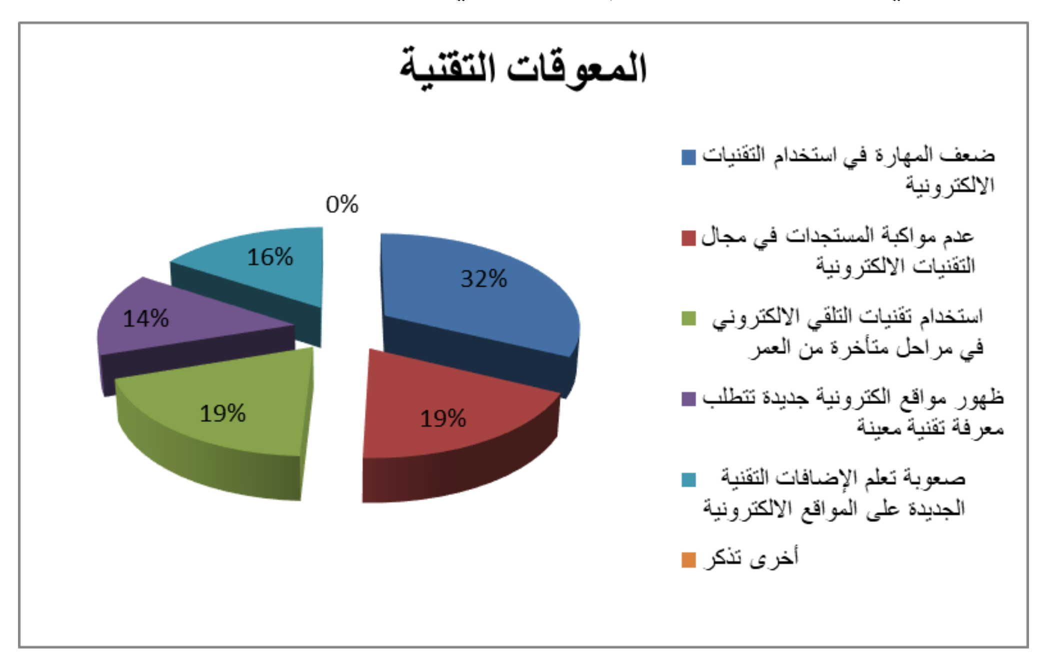
جدول رقم (8) يوضح المعوقات التقنية التي تواجه كبار السن مع التلقي الإلكترونيّ

ت	المعوقات التقنية	العدد	%	الوسط الحسابي	الوسيط	المنوال	الانحراف المعياري
1	ضعف المهارة في إستخدام التقنيات الإلكترونيّة	47	50	1.5	1.5	2	0.503
2	عدم مواكبة المستجدات في مجال التقنيات الإلكترونيّة	27	28.7	1.71	2	2	0.455
3	إستخدام تقنيات التلقي الإلكترونيّ في مراحل متأخرة من العمر	28	29.8	1.7	2	2	0.46
4	ظهور مواقع الكترونية جديدة تتطلب معرفة تقنية معينة	21	22.3	1.78	2	2	0.419

5	صعوبة تعلم الإضافات التقنية الجديدة على المواقع الإلكترونيّة	23	24.5	1.76	2	2	0.432
6	أخرى تذكر	0	0	0	0	0	0
	المجموع	146					

- بإمكان المبحوث تأشير أكثر من خيار

ونستنتج مما سبق ان ضعف المهارة في إستخدام التقنيات الإلكترونيّة من أبرز المعوقات التقنية التي تواجه كبار السن، وذلك نظرا لدخول هذه التقنيات الحديثة مؤخرا الى المجتمعات العربية ومنها المجتمع العراقي، حيث تتطلب معرفة ومهارة معينة قد يجد بعض كبار السن صعوبة في استيعابها، اذ إن تعلم التقنيات في مراحل عمرية متأخرة يشكّل تحديا معينا.



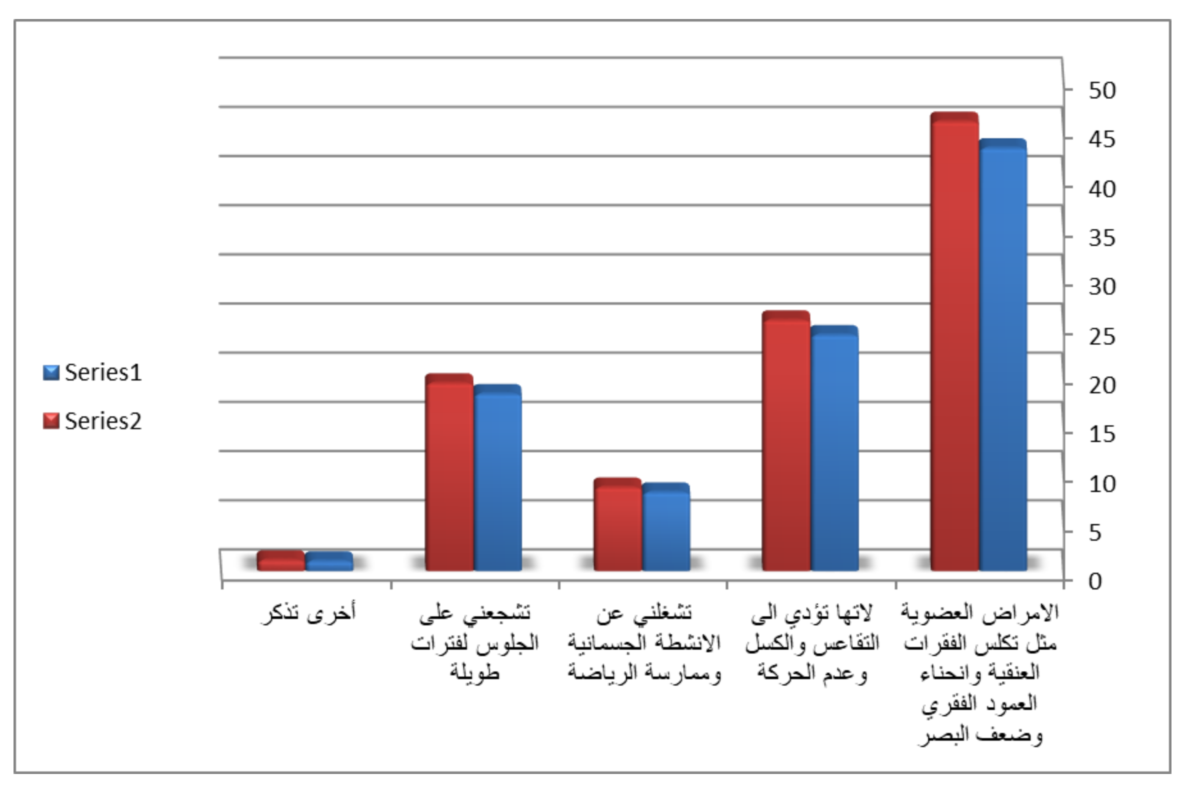
2- المعوقات الصحية:

واختلفت المعوقات الصحية بين افراد العينة من كبار السن، فقد قال عدد (43) بنسبة (45.7%) انها تتمثل ب (الامراض العضوية مثل تكلس الفقرات العنقية وانحناء العمود الفقري وضعف البصر)، وذكر عدد (24) بنسبة (25.5%) لأنها (تؤدي الى التقاعس والكسل وعدم الحركة)،وبين عدد (8) بنسبة (8.5%) لأنها (تشغلني عن الانشطة الجسمانية وممارسة الرياضة)، واوضح عدد (18) بنسبة (19.1%) لأنها (تشجعني على الجلوس لفترات طويلة)، فيما أشار عدد (1) بنسبة (1.1%) الى معوقات صحية اخرى ،وقد بينت مقاييس الإحصاء ان الوسط الحسابي 2.04 والوسيط 2 والمنوال 1 والانحراف المعياري 1.191 ، انظر الجدول رقم (9):

جدول رقم (9) يوضح المعوقات الصحية التي تواجه كبار السن مع التلقي الإلكترونيّ

ت	المعوقات الصحية	العدد	%
1	الامراض العضوية مثل تكلس الفقرات العنقية وانحناء العمود الفقري وضعف البصر	43	45.7
2	لاتها تؤدي الى التقاعس والكسل وعدم الحركة	24	25.5
3	تشغلني عن الانشطة الجسمانية وممارسة الرياضة	8	8.5
4	تشجعني على الجلوس لفترات طويلة	18	19.1
5	أخرى تذكر	1	1.1
المجموع		94	100

ونستشف من الأرقام أعلاه ان أجزاء الجسم التي تسهم بشكل مباشر في التلقي الإلكترونيّ تعد من اهم المعوقات الصحية التي تواجه كبار السن، فالأمراض العضوية مثل تكلس الفقرات العنقية وانحناء العمود الفقري وضعف البصر تعوق التلقي الإلكترونيّ لهذه الفئة العمرية التي تعاني في هذا السن من امراض الشيخوخة.



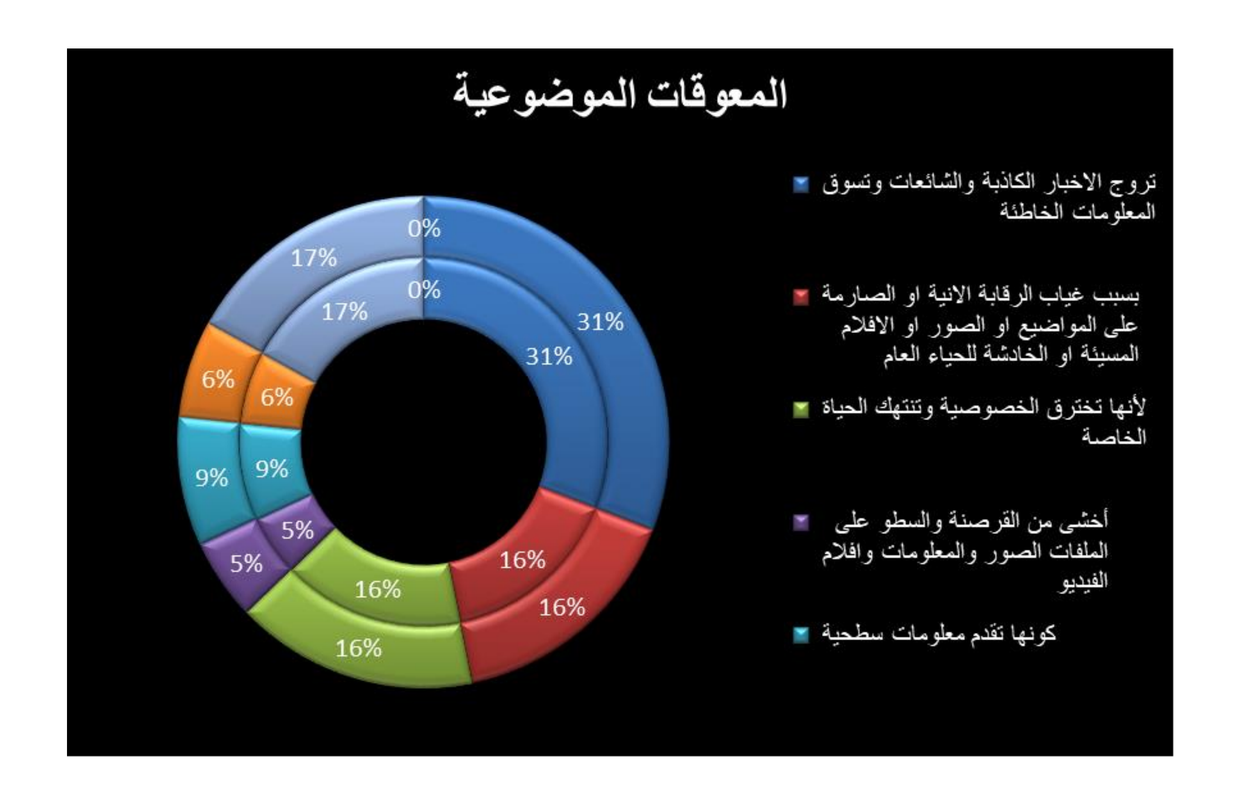
3- المعوقات الموضوعية:

تباينت المعوقات الموضوعية بين افراد العينة من كبار السن، فقد اكد عدد (29) بنسبة (30.9%) انها (تروج الاخبار الكاذبة والشائعات وتسوق المعلومات الخاطئة)، وقال عدد (15) بنسبة (16%) (بسبب غياب الرقابة الانية او الصارمة على المواضيع او الصور او الافلام المسيئة او الخادشة للحياء العام)، واوضح عدد (15) بنسبة (16%) انها (تخترق الخصوصية وتنتهك الحياة الخاصة)، وبين عدد (5) بنسبة (5.3%) (أخشى من القرصنة والسطو على الملفات الصور والمعلومات وافلام الفيديو)، فيما أشار عدد (8) بنسبة (8.5%) (كونها تقدم معلومات سطحية)، وذكر عدد (6) بنسبة (6.4%) انها (تفتقر الى النقاشات والتعليقات والحوار المتمدن وتتصف بعدم قبول الراي الاخر)، واكد عدد (16) بنسبة (17%) انها (تهدر وقتي بعدم استغلاله بأشياء مفيدة)، ولم يذكر كبار السن من افراد العينة الى معوقات موضوعية اخرى، وقد بينت مقاييس الإحصاء ان الوسط الحسابي 3.32 والوسيط 3 والمنوال 1 والانحراف المعياري 2.244 ، انظر الجدول رقم (10):

جدول رقم (10) يوضح المعوقات الموضوعية التي تواجه كبار السن مع التلقي الإلكترونيّ

ت	المعوقات الموضوعية	العدد	%
1	تروج الاخبار الكاذبة والشائعات وتسوق المعلومات الخاطئة	29	30.9
2	بسبب غياب الرقابة الانية او الصارمة على المواضيع او الصور او الافلام المسيئة او الخادشة للحياء العام	15	16
3	لأنها تخترق الخصوصية وتنتهك الحياة الخاصة	15	16
4	أخشى من القرصنة والسطو على الملفات الصور والمعلومات وافلام الفيديو	5	5.3
5	كونها تقدم معلومات سطحية	8	8.5
6	تفتقر الى النقاشات والتعليقات والحوار المتمدن وتتصف بعدم قبول الراي الاخر	6	6.4
7	تهدر وقتي بعدم استغلاله بأشياء مفيدة	16	17
8	أخرى تذكر	0	0
المجموع		94	100

ويتبين من ذلك ان كبار السن قد لا يستخدمون التلقي الإلكترونيّ بسبب الاخبار الكاذبة والشائعات في ظل عدم وجود تنظيم للفضاء الافتراضي وضعف الإجراءات حول الجريمة الإلكترونيّة ووجود فوضى وغياب للتنظيم الصحيح لهذه التقنية المتاحة للجميع، مما يجعل كبار السن يترددون في اِستخدام التلقي الإلكترونيّ لعدم قناعتهم بالمنشور وخشيتهم من التعرض الى تجاوزات او انتهاك للخصوصية، فيما وجد الاخرون الاطالة والاستغراق في الاِستخدام اهداراً للوقت.



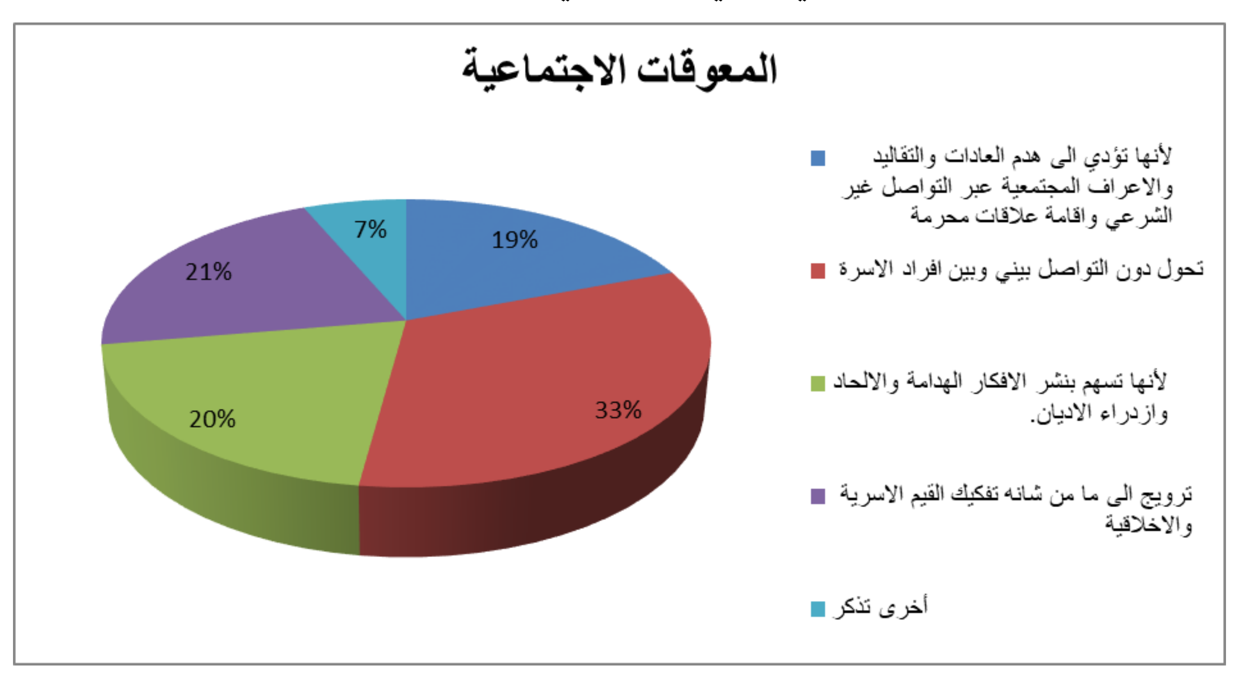
4- المعوقات الاِجتماعيّة:

تباينت المعوقات الاِجتماعيّة بين افراد العينة من كبار السن، فقد ذكر عدد (18) بنسبة (19.1%) لأنها (تؤدي الى هدم العادات والتقاليد والاعراف المجتمعيّة عبر التواصل غير الشرعي واقامة علاقات محرمة)، وبين عدد (31) بنسبة (33%) انها (تحول دون التواصل بيني وبين افراد الاسرة)، واكد عدد (19) بنسبة (20.2%) لأنها (تسهم بنشر الافكار الهدامة والالحاد وازدراء الاديان)، وبين عدد (20) بنسبة (21.3%) لأنها (تروج لما من شانه تفكيك القيم الاسرية والاخلاقية)، فيما أشار عدد (6) بنسبة (6.4%) الى وجود معوقات اِجتماعيّة اخرى، وقد بينت مقاييس الاحصاء ان الوسط الحسابي 2.63 والوسيط 2 والمنوال 2 والانحراف المعياري 1.2، انظر الجدول رقم (11):

جدول رقم (11) يوضح المعوقات الاِجتماعيّة التي تواجه كبار السن مع التلقي الإلكترونيّ

ت	المعوقات الاِجتماعيّة	العدد	%
1	لأنها تؤدي الى هدم العادات والتقاليد والاعراف المجتمعيّة عبر التواصل غير الشرعي واقامة علاقات محرمة	18	19.1
2	تحول دون التواصل بيني وبين افراد الاسرة	31	33
3	لأنها تسهم بنشر الافكار الهدامة والالحاد وازدراء الاديان.	19	20.2
4	ترويج ما من شانه تفكيك القيم الاسرية والاخلاقية	20	21.3
5	أخرى تذكر	6	6.4
المجموع		94	100

ويؤكد الجدول أعلاه ان كبار السن يدركون ان التلقي الإلكترونيّ يفضي الى الانغلاق، وربما يضيف عزلة مضافة الى ما هم عليه حيث يلتقون باسرهم في أوقات محددة نتيجة لانشغال الأبناء عنهم بأعمالهم اليومية، لذا فهم يرغبون باللقاءات العائلية المباشرة أكثر مما يوفره التلقي الإلكترونيّ، كما ان بعضهم ينأى بنفسه عن المضامين التي تروج الى انحلال القيم الاسرية ويجدونها معوقا يؤثر في التلقي الإلكترونيّ.



5- المعوقات النفسية:

تراوحت المعوقات النفسية بين كبار السن، فقد قال عدد (28) بنسبة (29.8%) لأنها (تزيد عندي حالة العزلة والاكتئاب والامراض النفسية)، واكد عدد (37) بنسبة (39.4%) انها (تؤدي الى الإدمان والسهر بسبب الإستخدام المفرط والانكفاء على شاشة الحاسوب او الهاتف النقال)، واكد عدد (24) بنسبة (25.5%) لأنها (تؤدي الى الانفصام عن الواقع والابحار في عالم افتراضي ليس له علاقة بالواقع)، فيما أشار عدد (5) بنسبة (5.3%) الى وجود معوقات نفسية اخرى، وقد بينت مقاييس الاحصاء ان الوسط الحسابي 2.6 والوسيط 2 والمنوال 2 والانحراف المعياري 0.878 ، انظر الجدول رقم (12):

جدول رقم (12) يوضح المعوقات النفسية التي تواجه كبار السن مع التلقي الإلكترونيّ

ت	المعوقات النفسية	العدد	%
1	لأنها تزيد عندي حالة العزلة والاكتئاب والامراض النفسية.	28	29.8
2	كونها تؤدي الى الإدمان والسهر بسبب الإستخدام المفرط والانكفاء على شاشة الحاسوب او الهاتف النقال.	37	39.4

25.5	24	تؤدي الى الانفصام عن الواقع والابحار في عالم افتراضي ليس له علاقة بالواقع	**3**
5.3	5	أخرى تذكر	**4**
100	94	المجموع	

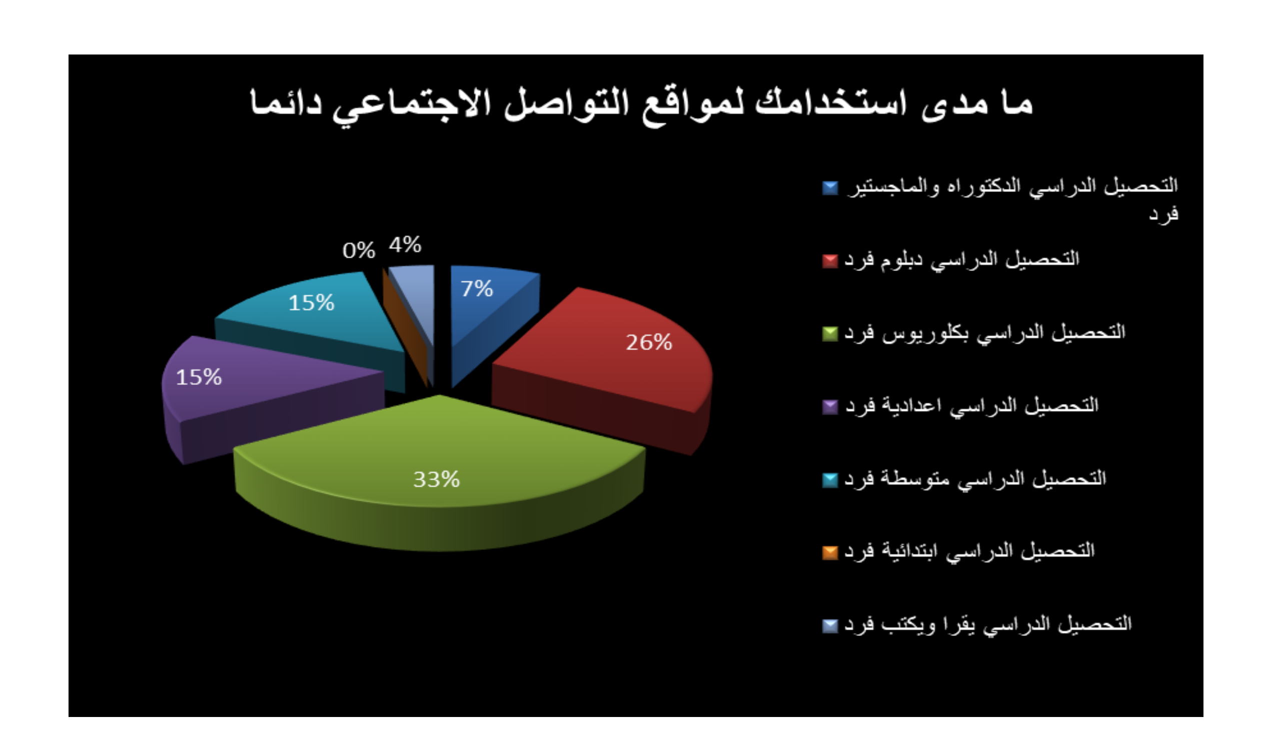
ونستشف من الجدول أعلاه ان بعض كبار السن يرون التلقي الإلكترونيّ قد يؤدي الى الإدمان والسهر بسبب الإستخدام المفرط والانكفاء على شاشة الحاسوب او الهاتف النقال وزيادة حالة العزلة والاكتئاب والامراض النفسية، اذ تحسس هذه الفئة العمرية من بعض الهواجس النفسية نتيجة التقدم في السن وقلة الحركة.

جدول رقم (13) يوضح علاقة التحصيل الدراسي والتلقي الإلكترونيّ لدى كبار السن

التفاصيل		التحصيل الدراسي						
		الدكتوراه والماجستير	بكالوريوس	دبلوم	اعدادية	متوسطة	ابتدائية	يقرا ويكتب
		فرد	فرد	فرد	فرد	فرد	فرد	فرد
ما مدى إستخدامك لمواقع التواصل الإجتماعيّ	دائما	2	9	7	4	4	0	1
	احيانا	0	14	5	13	4	5	0
	نادرا	0	6	1	1	5	8	5
	المجموع	2	29	0	18	13	13	6

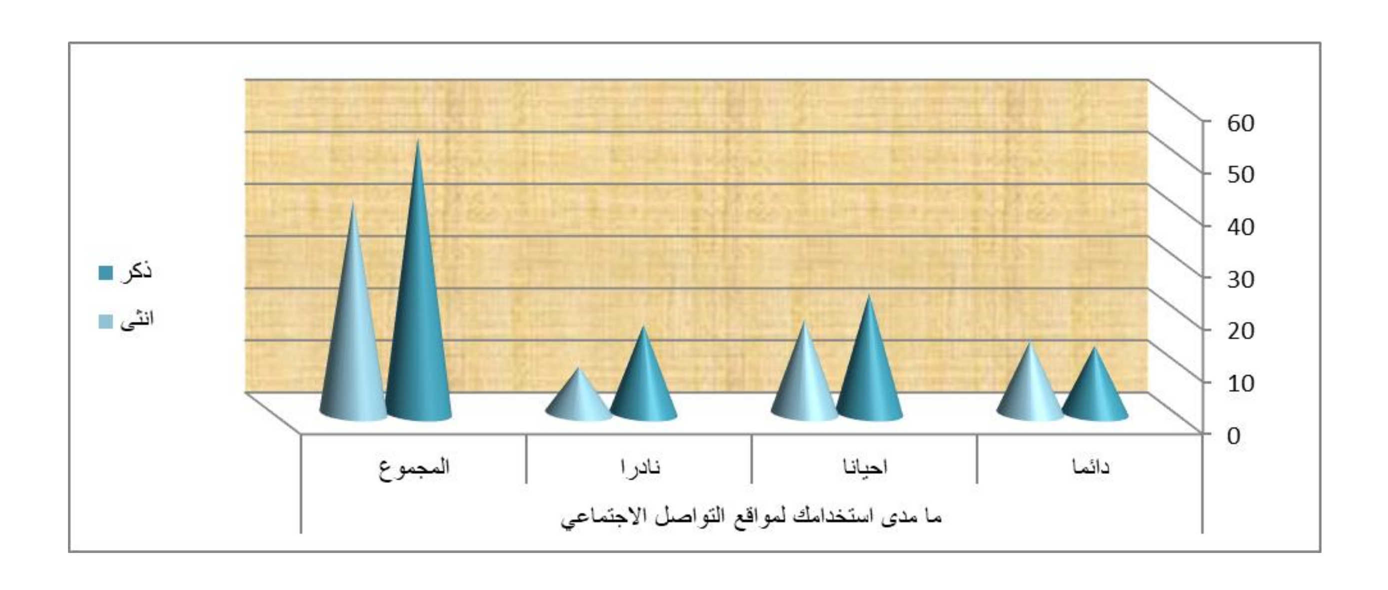
العلاقات الارتباطية:

وللتحقق من وجود علاقة إحصائية ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الفردية للمبحوثين ببعض محاور البحث والإستخدام من حيث المدى والأسباب، فقد اظهرت معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة قوية بين التحصيل الدراسي ومدى إستخدام التلقي الإلكترونيّ بمقدار (0.465) ووجود علاقة بين الحالة الإجتماعيّة ومدى إستخدام التلقي الإلكترونيّ بمقدار اقل (0.207) الا انه لم يظهر وجود اي علاقة بين الإستخدام والنوع ، انظر الجداول ادناه:



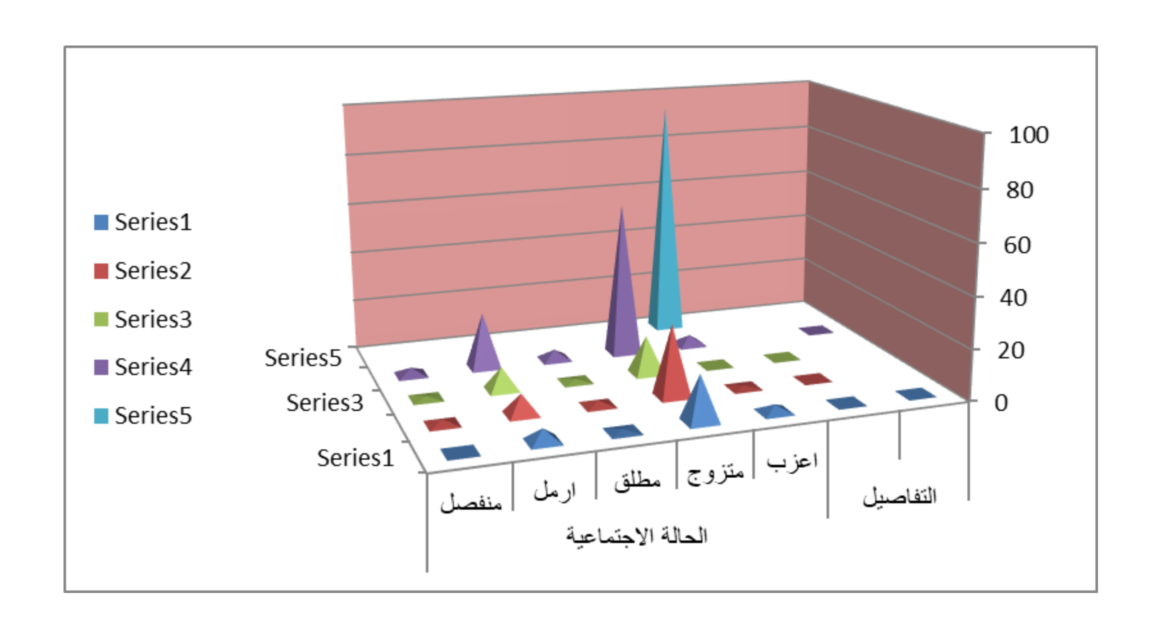
جدول رقم (14) يوضح علاقة النوع والتلقي الإلكترونيّ لدى كبار السن

الجنس	ما مدى إستخدامك لمواقع التواصل الإجتماعيّ			
	دائما	احيانا	نادرا	المجموع
ذكر	13	23	17	53
انثى	14	18	9	41



جدول رقم (15) يوضح علاقة الحالة الإجتماعيّة والتلقي الإلكترونيّ لدى كبار السن

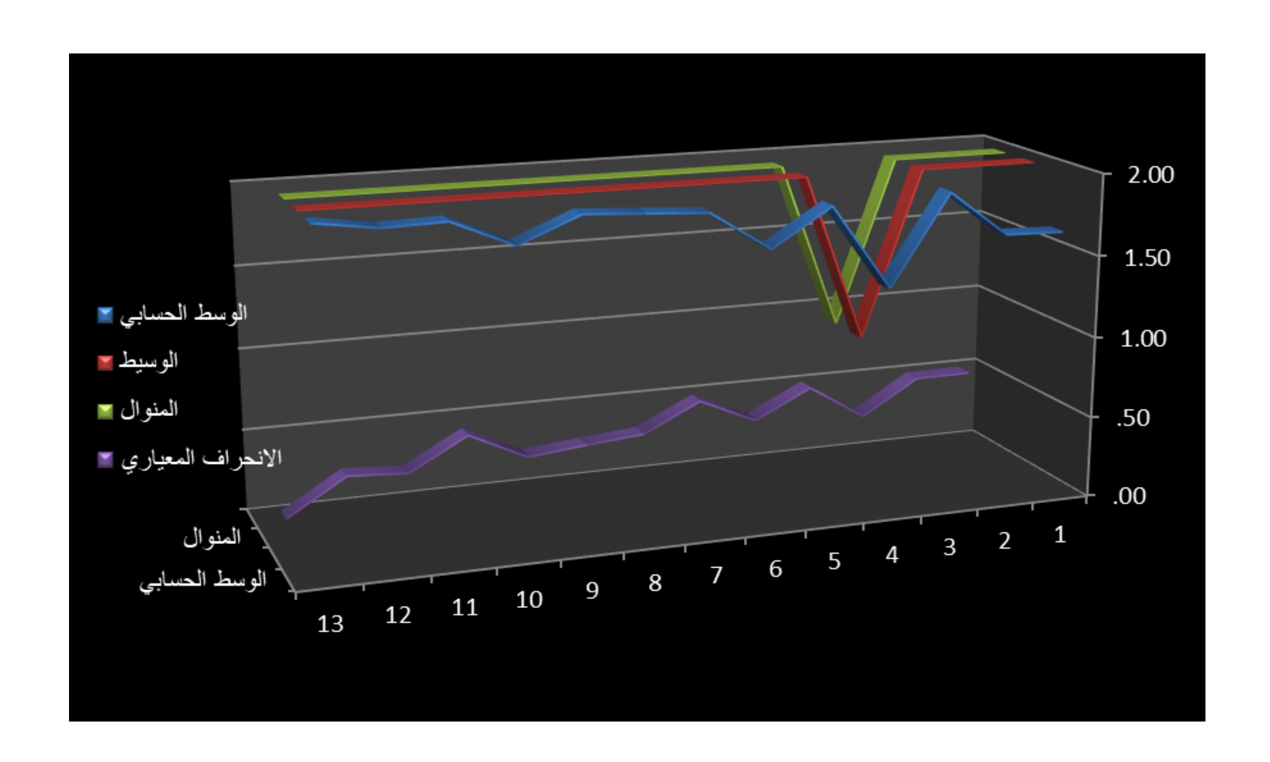
التفاصيل		الحالة الإجتماعيّة				
		أعزب	متزوج	مطلق	أرمل	منفصل
ما مدى إستخدامك لمواقع التواصل الإجتماعيّ	دائما	3	18	1	5	0
	احيانا	1	28	2	8	2
	نادرا	0	15	1	9	1
المجموع		4	61	4	22	3
		94				



جدول رقم (16) يوضح الاساليب الإحصائية لأسباب التلقي الإلكترونيّ لدى كبار السن

	للتخلص من الوحدة والقضاء على وقت الفراغ	للشعور بالمتعة والسعادة	للتعرف على طرق الناس في حل مشاكلهم	للتواصل مع الاقارب والاصدقاء القدامى	تجنبني مشقة الطريق في التواصل مع الاخرين	للاطلاع على ما يدور حولي من مشكلات	للترفيه والهروب من المشكلات اليومية	للحصول على علاقات إجتماعيّة جديدة	للمشاركة في مجموعات ذات توجهات مشتركة	لمتابعة الصور ومقاطع الفديو	للتعرف على الاعلانات المنشورة	للدخول الى مواقع معينة	اخرى
المصوتون	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94

الوسط الحسابي	1.64	1.65	1.93	1.38	1.89	1.67	1.90	1.93	1.95	1.80	1.96	1.95	2.00
الوسيط	2.00	2.00	2.00	1.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
المنوال	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
الانحراف المعياري	.483	.480	.264	.489	.310	.473	.296	.264	.226	.404	.203	.226	.000



		الجنس	التحصيل الدراسي	الحالة الإجتماعيّة	ما مدى إستخدامك لمواقع التواصل الإجتماعيّ
الجنس	ارتباط بيرسون	1	.039	.084	-.130
	Sig. (2-tailed)		.711	.423	.210
	N	94	94	94	94
التحصيل الدراسي	ارتباط بيرسون	.039	1	.100	.465
	Sig. (2-tailed)	.711		.337	.000
	N	94	94	94	94

الحالة الإِجتماعيّة	ارتباط بيرسون	.084	.100	1	.207
	Sig. (2-tailed)	.423	.337		.045
	N	94	94	94	94
ما مدى إِستخدامك لمواقع التواصل الإِجتماعيّ	ارتباط بيرسون	-.130	0.465**	0.207*	1
	Sig. (2-tailed)	.210	.000	.045	
	N	94	94	94	94

**. العلاقة مهمة عند مستوى 0.01 (ذو ذيلتين). *. الارتباط مهم عند مستوى 0.05 (ثنائي الذيل

الخلاصة:

في الخلاصة، يمكن استنتاج الآتي:

أولا: يستخدم كبار السن الهاتف النقال من اجل التلقي الإلكترونيّ، وذلك للتواصل مع الأقارب والأصدقاء القدامى والتخلص من الوحدة والقضاء على وقت الفراغ والشعور بالمتعة والسعادة.

ثانيا: يتفاعل كبار السن في أثناءِ التلقي الإلكترونيّ، ويتحقق ذلك عن طريق الاطلاع على الموضوعات المنشورة مع منح الاعجابات والتواصل مع الأقارب والأصدقاء القدامى والتعليق على منشورات الأخرين.

ثالثا: يواجه كبار السن تحديا تقنيا عند التلقي الإلكترونيّ يتمثل بضعف المهارة في إِستخدام التقنيات الإلكترونيّة وعدم مواكبة المستجدات في مجال التقنيات الإلكترونيّة وإِستخدام تقنيات التلقي الإلكترونيّ في مراحل متأخرة من العمر.

رابعا: تعد الامراض العضوية مثل تكلس الفقرات العنقية وانحناء العمود الفقري وضعف البصر والتقاعس والكسل وعدم الحركة من أبرز المعوقات الصحية التي تواجه كبار السن عند التلقي الإلكترونيّ.

خامسا: ثمة أسباب موضوعية تعوق التلقي الإلكترونيّ لدى كبار السن أبرزها ان بعضها يروج الاخبار الكاذبة والشائعات وتسوق المعلومات الخاطئة ولأنها تهدر الوقت بعدم استغلاله بأشياء مفيدة، وبسبب غياب الرقابة الانية او الصارمة على المواضيع او الصور او الافلام المسيئة او المخالفة للحياء العام، فضلا عن كونها تخترق الخصوصية وتنتهك الحياة الخاصة.

سادسا: هنالك معوقات إِجتماعيّة تؤدي الى ضعف التلقي الإلكترونيّ لدى كبار السن اهمها انها تحول دون التواصل بينه وبين افراد الاسرة، ولأنها تسهم بنشر الافكار الهدامة والالحاد وازدراء الأديان، كما ترويج الى ما من شانه تفكيك القيم الاسرية والأخلاقية.

سابعا: المعوقات النفسية التي تواجه كبار السن عند التلقي الإلكترونيّ تتمثل بكونها تؤدي الى الإدمان والسهر نتيجة الإِستخدام المفرط والانكفاء على شاشة الحاسوب او الهاتف النقال،

ولأنها تزيد حالة العزلة والاكتئاب والامراض النفسية، كما تؤدي الى الانفصام عن الواقع والابحار في عالم افتراضي ليس له علاقة بالواقع.

ثامنا: توصل الباحث الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين التحصيل الدراسي ومدى اِستخدام التلقي الإلكترونيّ لدى كبار السن، ووجود علاقة أيضا بين الحالة الاِجتماعيّة ومدى اِستخدام التلقي الإلكترونيّ بمقدار اقل، الا انه بالمقابل لم يجد اي علاقة ارتباطية بين اِستخدام كبار السن للتلقي الإلكترونيّ وبين الذكور والاناث.

قائمة المصادر والمراجع

الكتب:

1- عاطف عدلي العبد، المنهج العلمي في البحوث الإعلامية، القاهرة: دار الهاني، 2000.
2- عمار طاهر محمد، دوافع وانماط اِستخدام الشباب العراقي لشبكات التواصل الاِجتماعيّ، مجلة آداب المستنصرية، الجامعة المستنصرية، العدد 68، 2015.
3- محمد الصاوي مبارك، البحث العلمي اسسه وطريقة كتابته، القاهرة: المكتبة الاكاديمية، 1992.
4- محمد مصطفي حسينات، صفية جبالي، مشكلات كبار السن (النفسية، الصحية، الاِجتماعيّة، الاِقتصاديّة) من وجه نظرهم، مجلة البحوث التربوية والنفسية، جامعة بغداد، المجلد 7، العدد 24، 2010 .
5- محمد مصطفي رفعت، الراي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الاِفتراضيّة، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2018.
6- هدى خليل أبو معليق، فخر عدنان عبد الحي، الاغتراب النفسي لدى المسنين الذين يعملون في اعمال خاصة، بحث مقدم الى قسم الارشاد التربوي، كلية التربية، جامعة دمشق، 2007.

الدوريات والبحوث:

1- أحمد عبد الستار حسين، دوافع اِستخدام كبار السن للفيس بوك والاشباعات المتحققة، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العدد 9، عام 2017.
2- قيس ابراهيم علي، احتياجات كبار السن من التلفزيون العراقي - دراسة ميدانية لعينة من كبار السن / مدينة بغداد نموذجاً (للمدة من 2003/4/9 – 2004/4/9)، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2005.
3- ليلى حسين محمد السيد، احتياجات كبار السن من وسائل الاتّصال، أطروحة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة حلوان، جمهورية مصر، عام 1999.

المواقع الالكترونية:

1-**https://www.comfortkeepers.com/home/info-center/aging-in-place/seniors-and-the-positive-impact-of-social-media**.
2- **United Nation (2010). World Statistics, <http://www.un.org>.**

3**https://www.unescwa.org/sites/www.unescwa.org/files/page_attachments/global-frameworks-older-persons-advance-copy-ar.pdf.**

4- **https://www.comfortkeepers.com/home/info-center/aging-in-place/seniors-and-the-positive-impact-of-social-media**.

المحكمون:

1- ا.م.د. عبد السلام احمد السامر.

2- ا.م.د. رعد جاسم الكعبي.

3- ا.م.د. طالب عيد المجيد.

إشكالية التّلقي الرّقْميّ بين الهوية المحليّة والإندماج الثّقافيّ الإفتراضي

د.محمد كريم خلف

كلية التربية الاساسية/ جامعة ميسان ـ العراق

مقدّمة

يعد الاتّصال الرّقْميّ اليوم من أهم الوسائل التّي من الممكن أن يستعمَلها الأفراد من أجل التّواصل المعرفيْ بينهم فيْ شتى المجالات الإجتماعيّة، وذلك من خلال التّعارف والتّقريب بين الشعوب، وخصوصاً للأشخاص الذّين يبحثون عن الإندماج فيْ المجتمعات الأخرى، التّي يعتقد أنها قد تكون غير واضحةٍ السّلوكيات بالنسبة له، أو فيْ المجالات الإقتصاديّة، التّي أصبحت هي وسائل السوق الرائجة، لترويج البضاعة، وللوصول إلى المستهلك، وايجاد طرق إلى إقناعه من أجل زيادة الربح، وكذلك فيْ المجال السياسي، من اجل الترويج لأفكارٍ يعتقدها البعض أنها ستغير التّصورات والرّؤى فيْ موضوع ما، وغيرها من المجالات الأخرى، مثل الفنون والآداب، التّي تركّز على استعمال هذهِ الأسالَيب الإعلامية فيْ التّواصل مع الآخر.

لذلك فإن هذا التّواصل الرّقْميّ قد يخلق فجوات معرفيْة بين الثّقافات، وخصوصاً إذا كانت عملية التّواصل سلبية، أي أن من يستعمَلها لا يكون على وفقِ ضوابط محددة، تجعل من المُستَخدِم قادراً على التّواصل بشكلٍ سليم مع من يريد التّواصل معه، أو قد يكون التّرويج غير سليم للبضاعة، أو للأفكار السياسية، وغيرها فيْ ظل الإختلاف المعرفيْ، وسوء التّواصل فيْ مجالٍ ما، مما يخلق إشكالية فيْ التّواصل الرّقْميّ بين طرفيْ الاتّصال، وهذهِ الإشكاليةُ قائمة على أساس التّلقي الرّقْميّ، الذّي أصبح من جهةٍ هو سمة العصر التّي يجب أن يرتكز عليها الانسان فيْ التّواصل المعرفيْ من أجل ثقافة شاملة ، ومن جهة أخرى قد يسهم فيْ الغاءِ الهويات المحليّة، التّي قد يرفض أصحابها التّخلي عنها لصالحِ الثّقافات الأخرى .

ومن هنا كيف يمكن أن يكون التّواصل فيْ هذهِ الوسائل التّي أصبحت ضرورة من ضرورات الثّقافة والمعرفة؟ وكيف يمكن أن يحافظ الفرد الذّي يستعمَلها على هويتهِ المحليّة دون تذويبها فيْ الثّقافات الأخرى، التّي تكون ضاغطة على سلوكياتهِ وتعاملاتهِ الشخصية، وغيرها فيْ هذا المجال المعرفي؟

بين (الثّقافة المحليّة / الهوية الحقيقة)، و(الثّقافة الرّقْميّة / الهوية الإفتراضيّة)، بين الممارساتِ الإجتماعيّة، والسّلوكيات فيْ تقنيات الاتّصال الرّقْميّ، بين ذائقة المُستَخدِم الرّقْميّ، وبين المنتج المروّج فيْ عالم الإفتراض، بين الأفكار والانغلاق المحلي على السّياسات الدّاخلية، والأفكار المنفتحة على مجالاتٍ سياسية أكثر انفتاحاً وأبعد عن الواقع الدّاخلي، وما تخلقه من شكوك بجدوى ما يريد أن يصل اليه الفرد، من معرفةٍ سياسية فيْ مجالٍ معين عن آخر غيره، كل هذهِ البنيات وما توجده من فوارق معرفية، بين من يرسل وبين من يتلقى، تشتغل الإشكالية فيْ التّلقي الرّقْميّ، ما بين الهوية المحليّة والاندماج الثّقافيّ الرّقْميّ.

وتأتي أهمية هذا البحث فيْ كونه يشتغل على إبراز إشكالية مهمة، ساهمت فيْ جعل المجتمعات تقع تحت ازدواجية الثّقافات، مما نتج عن ذلك غياب فيْ الوعي الثّقافيّ المحلي، وظهور سلوكيات أخرى داخل هذهِ المجتمعات المحليّة.

بَيْدَ أن البحث يهدف إلى دراسة إشكالية التّلقي الرّقْميّ بين الهوية المحليّة، والاندماج الثّقافيّ الإفتراضي، وكيفية الوصول إلى نقاط محددة تسهم فيْ الكشف عن هذهِ الإشكالية، فيْ ظل النّظام التّقني الرّقْميّ وعالمه المتمدد، والذّي أصبح يتسع إلى أبعدِ مديات فيْ المجتمعات الثّقافيّة المحليّة.

وهنا كان لزاماً على الباحثين تحديد بعض المصطلحات الخاصة بهذا البحث، ومن ضمن هذهِ المصطلحات (التّلقي الرّقْميّ، الاتّصال الرّقْميّ، الهوية)

أولاً: التّلقي الرّقْميّ بين المفهوم والأشتغال الثّقافيّ:

بعد ظهور التّقنيات الرّقْميّة وإزدياد الحاجة إليها فيْ بناء الوعي المعرفي الجديد، فقد يتخذ من العلوم التّقنية المتقدّمة وسائلللبحث والتقصي عن معلومات جديدة قد تقلل فيْ معاناة المتلقي، والباحث عنها لأنها لا تقع فيْ دائرة البحث الورقي، والبحث فيْ الأمكنة والازمنة، التّي من الممكن أن تكون متباعدةً أو غير موجودةً فيْ المدن القريبة للمتلقي، لذا فإن ما يقدمه التّلقي الرّقْميّ، بوصفه أداة معرفة توفر المعلومة بأقلِ جهدٍ على الرّغم من من خطورة هذهِ المعلومة، كونها قد لا تعود إلى مصدر موثوق به، من حيث الأمانة العلمية أو الأثر الرجعي لهذهِ المعلومة، لكنه فيْ الوقت نفسه يصبح مفتاحاً مهماً للعديد من المعارف والفنون والعلوم المراد الوصول إليها، ومما يتطلب في ذلك متلقياً ذات سمات ومميزات جديدة، يختلف عن المتّلقي التّقليدي ذات النّظرة السّابقة، المستندة إلى وسائل أقل تقدماً من الوقت الحالي، كما فيْ الوسائل الورقية المعروفة من كتابٍ وصحيفةٍ ومجلةٍ، وكذلك الوسائل البصرية الأخرى، مثل السّينما والتلفاز، أو السمعية، مثل الراديو وغيرها، والتّي كانت فيْ أغلبها تعمل بشكلٍ منفصل عن بعضها البعض. أما فيْ الوسائل والتّقنيات الحديثة، فهي قد تشترك مع بعضها لبعضٍ فيْ إيصال وتوفيْر المعلومة، مما يتطلب من (المتلقي / التّلقي الرّقْميّ) أن يكون مستنفراً لحواسهِ كافة دفعةً واحدةً خلافاً لما كان فيْ السّابق، أي " بعدما كان الواقع الفعلي يُتلقّى حسياً يعمل الإنسان (مبدعاً أو مفكراً) على تمثيله، (اما ذهنياً / خيالياً)(الإبداع الأدبي)، أو عقلياً منطقياً (الفكر)، ها هو نص الواقع الافتراضي "لا يعود الإ فائقاً فيْ تلقيه، أي تشترك فيْه المعرفة المسموعة والمقروءة والمرئية دفعة واحدة، وهذا يعني أن معرفة العصر الحسية تستدرج سائر الحواس مجتمعة بوتيرةٍ واحدة"، وهنا تأتي عملية التّغيير فيْ التّلقي، الذّي أصبح أكثر استنفاراً من حواس التّلقي الرّقْميّ، أي إن هذا النّوع من التّلقي يجب ان يتصف بالآتي :

1. التّحفيز والمشاركة للحواس لدى المتلقي، كونه يواجه نصاً جديداً، يحمل فيْ تكوينهِ العديد من وسائل الجذب، التي تحتاج إلى تعزيز الحواس من أجل متلقٍ واعٍ بطريقةٍ مغايرة عن المتلقي العادي.

2.إن هذا التّلقي يدخل فيْ جمع معلومات مشتركة، فيْها كل بعد من الأبعاد البصرية والسّمعية والحركية، لأن النّص المتلقى لا يقتصر على الكتابة فقط، أي حروف النّص؛ بل من الممكن أن تدخل الصّورة الثّابتة والمتحركة والصّوت معاً فيْ إجتماع كلي لباث مختلف عن الطّرق التّقليدية فيْ الإنتاج الإبداعي.

3.طريقة إنتاج النّص سواء كان (مكتوباً أو مرئياً أو مسموعاً)، يحمل معه كثافةً فيْ الطرح المعرفي، لأنه نص إبداعي، يحمل فيْ مضامينه أفكاراً تأخذ مدى أوسع وأعمق من النّص التّقليدي الأحادي الجانب، مع العلم أن هذا النّص فيه أبعاد متعددة، قياساً لكثرة الوسائل المشتركة فيه بوقتٍ واحد من خلال الجهاز الإلكترونيّ، الذّي يُعدّ من أهم الوسائل الإلكترونيّة القابلة لإنتاج المعنى لهذهِ الأشكال المعرفية.

فمن هنا نتكلم عن النّص، الذّي يُعدّ هو المعيار الأساسي فيْ وسائل الاتّصال الحديثة، وليس على كل ما يكتب؛ لأن النّص الذّي يحتوي على هذهِ الإمكانيات المعرفية، هو من يؤثر وينتج متلقياً ذا مواصفات معينة، يتواصل معرفياً معه، أي ينتج طريقةً تلقٍ رقّمي، تجعل من هوية المتلقي تابعةً ومنقادةً لهذهِ الطّرق الحديثة فيْ البثِ التّقني، مما يجعل التأثر أكبر لهويتهِ المحليّة بما يقدم، لذا فإن من أهم مواصفات النّص الرّقْميّ الذّي يصنع متلقياً رقمياً مغايراً للمتلقي التّقليدي غير الرّقْميّ (التّقليدي):

1.هو نصٌ مترابط يحتوي على العديد من الوسائل المتداخلة، التّي تسهم فيْ إنتاج معرفي متداخل، بين هذهِ الوسائل البصرية السّمعية الحّركية، ذات الطّابع التّقني المتشكل على طريقةِ الاتّصال الرّقْميّة الحديثة، وعلى الأفكار المتشعبة فيْ بنياته.

2. هو ذات مفهوم (سيبرنصي)، ذات دلالات تتصل بشكل بنائهِ، إذ يعطي بعداً اعقد من النّص ذات التّلقي غير الرّقْميّ.

3.يستخدم فيْ إنتاج هذا النّص إمكانيات وبرامج رقمية، من روابط وصور ثنائية وثلاثية الأبعاد، وعقد وازرار مختلفة الملامح، تجعل من هذا النّص جسداً متشعباً متمرداً على كل الأنماط الخطية التّقليدية.

4.ليس لهذا النّص بدايات ونهايات، كما فيْ النّصوص التّقليدية السابقة؛ بل هو نصُ ينتجُ من مفاصلٍ ومفاتيح متعددة، لولوج فضاءات مفتوحة، فهو يقرأ ويسمع ويشاهد، وتمتزج فيْه مختلف الاشكال التّعبيرية.

أما ما يوفره النّص، فهو بوصفهِ مادةً إبداعيةً، ذات بنية تحمل العديد من الدلالات والمعاني، استناداً لكون هذا النّص يحتوي طريقةً لتلقيه، تحمل من سماتهِ صورتها ومعناها، فهذهِ الطّريقة تسمى بالتّلقي الرّقْميّ؛ كون النّص وعملية تلقيه، تعتمد بشكلٍ أساسي على طبيعة هذا المعطي الفني والأدبي والإعلامي، وغيرها من الجوانب الأخرى كالسّياسة والاقتصاد والاجْتِماع وغيرها؛ لذلك فإن هذا النّص الرّقْميّ يعطي دوراً تفاعلياً فيْ داخل عملية التّلقي الرّقْميّ للقارئ / المتلقي فيْ هذهِ العملية؛ اذ تميز هذا الدور بالآتي:"

1. إنه حرية التّنقل التّرابطي بين أجزاء النّص.
2. الانتقال إلى خيارٍ مفضل من مجموعةِ الخيارات.
3. الإجابة عن السّؤال؛ بحيث تقرر الإجابة وجهة النّص الجديدة.
4. الطّلب من المتلقي أن يتخذ قراراً ما، عند نقطة معينة ونقله إلى جزءٍ من النّص، يتركب على ذلك القرار.

5. تمكين المتلقي من تغيير الألوان، وإختيار الخلفيْات الرسمية، وإستغلال خياراته لتوجيه النّص، وهناك إمكانيات كثيرة أخرى، يمكن للمنشئ إبتكارها لتوليد التّفاعل بينه وبين المتلقي".

أما عملية ربط المتلقي فيْ عملية التفاعل الرّقْميّ، فهي تنطوي على تفاعلات مختلفة الأبعاد ومنها:

1. ما يرتبط بالنّص ذاته، وآلية تشكيل المعنى المنطلق، حسب التّلقي الرّقْميّ لهذا النّص أو ذاك، حسب طبيعة المرسل والمستقبل، كون العملية تخضع فيْ اطارها الرّقْميّ للفضاء المعرفيْ بين النّص ومتلقيه.

2. لا يحكم النّص عملية التّلقي الرّقْميّ؛ بل ان المتلقي فيْ فضاءِ التّلقي الرّقْميّ، هو من تكون لديه عملية الوصول إلى المعنى المحدد، من خلال إختيار ما هو أفضل فيْ عملية الاختيار الرّقْميّة، التّي يتم تداولها فيْ داخل فضاء التّلقي الرّقْميّ مع النّص.

مزاج المتلقي فيْ فضاء التّلقي الرّقْميّ، يفرض على الإطار العام بآليات التّلقي أن يدلي برأيهِ فيْ شكل الخلفيْات وألوانها، وتوجيه النّصوص يوفرها من يعمل على بثِ نصهِ الرّقْميّ، في فضاء التّلقي الرّقْميّ كخيارات تسهم فيْ بلورة هذا المزاجُ وطبيعة التّلقي فيْ هذا الفضاء.

ان فضاء التّلقي الرّقْميّ تميز عن فضاء التّلقي التّقليدي بعددٍ من الصفات، التّي تجعل من التّلقي الرّقْميّ يحظى بأكبر مساحة معرفيْة من التّلقي التّقليدي، من حيث أن الفضاء فيْ التّلقي الرّقْميّ يوفر مساحة افتراضية، وخزيناً معرفياً بالمعلومات أوسع وأكبر حجماً من فضاء التقليدي؛ لذلك فإن الخبرات التّي يوفرها الفضاء الخاص بالتّلقي الرّقْميّ هي:

1. السّرعة: فعملية النّشر الإلكترونيّ، تتم فيْ وقتٍ قصير، مقارنة بالوقتِ الذّي يتطلبهُ النشر الورقي، وبالتالي توفر الزّمن وإختصاره.

2. السّهولة: تتم عملية النّشر الرّقْميّ بسهولةٍ ويسرٍ.

3. اختصار المسافات، وتوفيْر الجهد.

4. إتاحة الفرص أمام أكبر عدد ممكن من القراء، مهما تباعدت إقاماتهم، وتباينت وجهاتهم، وإنتماءاتهم القوميّة والعقدية والثّقافيّة ... الخ.

5. دمج النّص بالنقود الموجهة له، الامر الذّي يعطي بعداٍ آخراٍ لعمليةِ الفهم والقراءة.

6. الّتفاعل المباشر بين الكاتب / المُستَخدِم والقارئ والنّص".

ان هذهِ الميزات التّي يوفرها التّلقي الرّقْميّ، من الممكن أن تصبح من الأمور المهمة فيْ التأسيس لتشكيل إنتاج المعنى، تلحق بإطار تقني رقمي قابلة لإنتاج معانٍ جديدة إذا ما استخدمت عملية تركيز هذهِ المزايا وتعميقها فيْ فضاء التّلقي الرّقْميّ؛ على الرّغم من من ذلك، فلا بد من الابتعاد أو الوقوع بالإستغلال؛ لأن هذهِ العملية تعرّض فضاء التّلقي الرّقْميّ إلى الإستغلال من قبل المُستَخدِمين، فيْ إنتاج وتلقي النصوص على مختلف مستوياتها؛ لأن هذهِ العلمية قد تخضع لضوابط ومعايير؛ لكن الصعوبة فيْ متابعتها، لأن العملية تقع فيْ فضاءات تّلقٍ رقّمي متعددة ومتنوعة، بموجب طبيعة المُستَخدِم واغراضه من وراءِ هذا العمل، الذّي يقدمه فيْ هذا الفضاء الرّقْميّ.

إن الفضاء الرّقْميّ لا بد من أن تكون أساسيا فيْ عملية التّفاعل الرّقْميّ بين المرسل والمستقبل/ المنتج للنص والصّانع للمعنى، وهذهِ الشروط ممكن أن تشكل ميثاق أولي ضمني من الممكن أن يكون من الركائز المهمة لضبط هذهِ العملية، وهذهِ الشّروط هي:

1. الصّورة فيْ إطار غير نمطي: وهذا الفضاء الرّقْميّ سيحدد إطار الشكل المنتج لكونه خارج عن التّقليدية فيْ طبيعة النّص، من خلال تأليف يخضع للدلالات ذات الأبعاد الرّقْميّة فيْ داخل الفضاء الرّقْميّ.

2. التّلقي الرّقْميّ ودوره الفاعل: إن الفضاء الرّقْميّ يضمن لوجود متلقي ضمني مفترض، له دوراً محورياً فيْ إنتاج العملية النّصية ذات الأبعاد التّقنية الرّقْميّة، وله ميزات مهمة منها:

- الحرية فيْ إختيار النّص.
- الحرية فيْ إختيار الوقت.
- الحرية فيْ إختيار الشكل.
- الحرية فيْ التّحكم بالخلفيْات الخاصة، بطبيعة الشّكل الذّي يوجدها الباث للشكلِ، وأنواع الخطوط وألوان الخلفيْات وغيرها.

3. عدم التّقيّد فيْ مديات الوصول إلى المتلقي: أي أن النّص المنتج والوصول إليه يكون خارج أُطر التّقييد التّقليدي، أي أن النّص يكون مفتوحاً وبلا حدود ولا ضوابط تّقيد انتشاره وجنسه، (إلا فيْ حدود الدّراسة) أو الّضوابط الأخرى، التّي تجعل من النّص يقع فيْ مجال الإبداع، ولا يصل إلى مستويات غير لائقة، بفضاء التّلقي الرّقْميّ الذّي يشتغل من خلاله.

إذاً، بالعودة إلى التّلقي الرّقْميّ، بين المفهوم والاشتغال، لا بد من أن يحدد هذا المصطلح فيْ أنه فضاء إشتغال وتقديم النّص الرّقْميّ وهذا النّص الذّي يحّفز حواس المتلقي، فيْ دائرة الفضاءات الرّقْميّة ووسائطها المتعددة، من الممكن أن يخلق طريقةً جديدةً يكون فيْها المتلقي قادراً على إنتاج المعنى، يأخذ مداه من المساحات المعرفيْة الإفتراضيّة الواسعة، التّي تقدمها المضامين المعرفيْة الكامنة وراء هذهِ الشّبكة العنكبوتية العملاقة، أي يتحول الفضاء الرّقْميّ فيْ ضوءِ عملية التّلقي الرّقْميّ، إلى فضاءٍ ممتد إلى حدود غير معلومة فيْ بداياتها، ولكنها تصل فيْ نهاياتها أو إمتداداتها، فيْ ضوء إتجاه معرفيْ يقصده المتلقي فيْ هذا الفضاءُ المعرفيْ، وهذا التّلقي الذّي يستفز كل حواس المتلقي، الذّي يقع فيْ دائرة المتابعة والتّركيز والاستمرار والاستدراج للوصول إلى ما يريد أن يصل إليه فيْ صورةٍ تحمل وسائل متعددة وآلياتتحكم متنوعة، وطرق جاذبة لهذا المتلقي فيْ داخل الفضاء الرّقْميّ.

ثانياً: مُحدداتُ الهويةُ فيْ الاتّصال الرّقْميّ:

تُعدّ الهوية فيْ الدّراسات الثّقافيّة والفلسفية، من الركائز الرئيسة لدراسةِ الفرد وتفاعله مع ما يحيط بهِ، من أفراد وجماعات مشتركة فيْ مجموعة من الاشتراكات، على مستوى اللغة والوطن والإنتماءات الدّينية والأخلاقية وغيرها، أو الجماعات المختلفة عنه، من حيث الطّبقات الإجتماعيّة أو الانتماء إلى عروقٍ بشرية ذات إمتدادات وطوائف أخرى، أو فيما يخص الإختلاف الدّيني وغيره من المختلفات، التّي لا تربط بهذا المختلف عنه سوى فيْ نقاطٍ

يسيرة على مستوى المكان، الذّي يتواجد فيْه وحسب المدة الزّمنية لهذهِ اللقاءات، التّي قد تطول تارةً أو تقصر تارةً أخرى؛ لذا فإن الهوية على المستويات الثّقافيّة أو الإجتماعيّة وغيرها، هي من تعطي مدى التّقارب أو التّباعد لهذا الشّخص مع محيطهِ ووجودهِ وتفاعلاتهِ وامتداداته فيْ هذا المجال، وهنا لا بد من أن نحدد بشكلٍ يتلاءم مع هذهِ المقدّمة لمفهوم الهوية ومحدداتها فيْ ضوءِ عالم جديد، أصبح يأخذ واقعه فيْ حياتنا وتعاملاتنا؛ وعلاقاتنا على المستويات والصعد كافة، ومدى تأثير هذا العالم الجديد، وهو العالم الرّقْميّ الإفتراضي وإتصالاته الرّقْميّة، التّي جعلت أغلبنا متورطاً به بقصدٍ، أو عن غير قصدٍ بعلاقاتٍ مع شخصيات قد تربطنا بها صلات الواقع الحقيقي، أو قد لا ترتبط بها علاقات حقيقية، أي شخص من أوطانٍ وثقافات مختلفة أخرى، ومتناقضة مع سلوكياتنا وثقافتنا وغيرها من الأمور، التّي قد تكون اللغة من أهم محدداتها فيْ التّواصل المعرفيْ مع الآخر فيْ الطّرف الثّاني، من هذا الاتّصال الرّقْميّ. ومن هنا لا بد من أن نقف على مصطلحين مهمين: الأول متوافر فيْ الادبيات والمصادر، لأنه مصطلح مرتكز فيْ هذهِ المصادر وهو (الهوية)، والثّاني الذّي نحاول أن نؤسس له من خلال المصطلح، وهو (الهوية الإفتراضيّة) التّي أصبحت ملازمة اليوم للعديد من كون أن الهوية الإفتراضيّة، قد أصبح لها تأثير مباشر في سلوكياتنا وعلاقاتنا مع أشخاص في الاتّصال الرّقْميّ، لهم تأثيرهم فيْ حياتنا الإجتماعيّة وغيرها، قد تصل إلى درجة الاتّصال الحقيقي، من خلال الزواج وتكوين اسرة حقيقية انطلقت من هذا العالم الافتراضي الرّقْميّ.

إن الخوض بمصطلح الهوية يجعلنا أمام الكثير من التّعريفات، التّي خاضت فيْها واعطتها محدداتها، والمجالات التّي من الممكن أن تخاض فيْه هذهِ المحددات، ونحن سنركز على عدد منها وليس جميعها؛ بسبب أن عدد من خاضوا فيْ مجال تعريف الهوية هم كثر.

والهوية كما يعرفها (الفارابي)، والذّي يرتكز فيْ هذا التّعريف على مفهوم فلسفيْ فيْ ضوءِ فلسفته، التّي انطلقت من مبادئه المستمدة من المنطق والفلسفة الأرسطوطالية، فيْرى أن "الهوية الشّيء وعينيته وتشخصه وخصوصيته ووجوده المنفرد له كلُ واحدُ، وقولنا: إنه هو إشارة إلى هويته، وخصوصيته ووجوده المنفرد له، الذّي لا يقع فيْه اشراك"، وهنا الفارابي يجعل من الهوية، هي من تدل على الشّيء ذاته، فالشّيء له خصوصية، وله وجود وله تشخص وله ظهور عيني وله صورة ذهنية، أو ماهية فيْ داخل وعي النّاظر إليه. لذلك فإن مفهوم الهوية عند (الفارابي)، يدل على الشّيء ذاته، دون إضافات أو حذف، أو إنتقاص من ذلك الشّيء، استناداً إلى الهوية التّي تحدده وتشخصه وتظهره وتفرده إمام أعين الّناظرين.

والهوية هي "وحدة الشّخص (أو الجماعة)، وما يجعله هو نفسه، أو هو هو؛ أي ما يجعله مطابقاً لذاته، وما يمنحه استمرارية فيْ الزّمن، فهي ما يخص الشخص، أو الجماعة، وما يميزها أيضاً (...) يميز وليام جيمس (1842 – 1910 م)، بين ثلاثة مقومات للهوية: البعد الفيْزيقي (الجسد)، البعد الفكري (الكوجيطو)، والبعد الإجتماعيّ (الوضع)"، إن هذهِ الأبعاد الثّلاثة، هي من تعطي الهوية محدداتها؛ كونها متطابقة مع ذات الشّيء، وأن التّغييرات التّي تحدث فيْ هذهِ المقومات الثّلاثة، ناتجة عن تغيرات فيْ ذات الشّيء، فيْ واحدةٍ من هذهِ الأبعاد الثّلاثة، أو فيْ جميعها، فيْ كل متكامل يعطي للشيء صورته المتطابقة، مع الشّيء ذاته سواء

أكان هذا التّغيير يحدث فيْ الهويةِ لشخصٍ واحد، أم لجماعةٍ مهما ينتج فهماً متطابقاً بين الشّيء والهوية، و" يقوم الفهم عموماً على إرجاع (مطابقة)، معرفة جديدة إلى ما نعرفه من قبل، ومن هنا تُعدّ الهوية شْكلَ كلِ فِهمْ"، أي إنها على وفق هذهِ الأبعاد الثّلاثة، تستقبل الإضافات التّي ينتجها الفرد، أو الجماعة لتضاف إلى صورة الهوية، التّي تتمظهر دائماً على وفق التّغيرات، التّي تحدث أو الظّروف الجديدة، التّي تدخل بها الهوية حيزاً معرفياً آخر يضاف إلى صورتها، التّي ظهرت بها قبل أن تحدث هذهِ التّغيرات؛ لذلك فإن الهوية هي المستقبل الأوضح لهذهِ التغيرات، التّي تطرأ على الفرد أو الجماعة، فالهوية هي قاعدة البيانات للشّيء فيْ ضوءِ المضاف إليها من معلومات جديدة، وهي "الشّفرة التّي يمكن للفرد عن طريقها ان يعرف نفسه فيْ علاقته بالجماعة الاِجتماعيّة، التّي ينتمي إليها، والتّي عن طريقها يتعرف الآخرون باعتباره منتمياً إلى تلك الجماعة، وهي شفرة تتجمع عناصرها العرقية على مدار تاريخ الجماعة (التّاريخ)، من خلال تراثها الإبداعي (الثّقافة)، وطابع حياتها (الواقع الاِجتماعيّ)"، وهذهِ الدّلالات الثّلاثة التّي تتجمع فيْ الهوية، تعطي صورتها ومدى تفاعلاتها ووجودها فيْ إطارها الجمعي، فالهوية هي تاريخ، وهي ثقافة وهي واقع اجتماعي، فالجسد ينتج تاريخاً سواء على مستوى الفرد، أو الجماعة، والفكر ينتج ثقافةً تكون دلالة لهذا الفكر وتجدده وتنوعه، وهي وضع ينتج واقعاً اجتماعياً، له معطياته فيْ السّلوكيات، والظهورات الاِجتماعيّة فيْ البيئة الحاضنة لهذهِ الهوية، والسّلوكيات التّي تميزها.

ولكل هوية مكونات من الممكن أن تعبر عنها فيْ حالة الاشتغال الاِجتماعيّ والثّقافيّ والفكري؛ إذ لا بد من أن تتميز أي هوية (فردية / جماعية) عن الأخرى بمكوناتٍ معينة، من الممكن أن تبين انها متغايرة مع الهويات الأخرى؛ وهذهِ المكونات هي عامة؛ ولكن التميز يكون فيْ الملامح، التّي تبين نوعية هذهِ الهوية عن الهويات الأخرى المتداخلة، والمتفاعلة معها وليست الذّائبة فيْها، ومن أبرز هذهِ المكونات هي:

1. العناصر المادية، والفيْزيائية.
2. العناصر التّاريخية، أو الأصول التّاريخية.
3. العناصر الثّقافيّة والنّفسية.
4. العناصر الاِجتماعيّة.

وكل عنصر من هذهِ العناصر يدخل فيْ تكوين جانب من الهوية (فردية / جماعية)، مثلاً: العناصر المادية والفيْزيائية تشمل كل الأمور المادية والاِقتصاديّة والعقلية، التّي تنعكس بوساطة الأجسام فيْ إبراز أهم الملامح، والمكونات المادية فيْ الهوية أما العناصر التّاريخية فهي تشير مثلاً إلى الأصول التّاريخية، والتّي تنعكس فيْ الشّكل والاشتغال فيْ مجالات معينة، تدل على المرجعيات التّاريخية، مثل الأسلاف والولادة والقرابة والطّقوس والممارسات، التّي ترجع بأصولها إلى مُدد تاريخية معينة، وما زالت مستمرة عند الفرد، التّي تظهر هويته وهوية الجماعة، التّي ينتمي إليها. وفيْ مجالات العناصر الثّقافيّة والنّفسية، وما لها من دورٍ فيْ تشكيل صورة الهوية، ومن هذهِ العناصر والرّموز والأيديولوجيات، ونظام القيم الثّقافيّة، وأشكال التّعبير الفني وغيرها، التّي تندمج فيْ أغلب الأحيان فيْ سلوكيات، تدل على النّظام الثّقافيّ للفرد والجماعة. وأخيراً فإن العناصر الاِجتماعيّة، ودورها فيْ إظهار الهوية بشكلها

المتميز عن الآخرين، وما يرتبط بها من عناصر اِجتماعيّة، مثل الاسم والجنس والمهنة والسّلطة، والدّور الاِجتماعيّ والأنشطة والانتماءات وغيرها.

وبعد الخوض بتحديد أهم ما يتعلق بالهوية (الفرد / الجماعة)، وأهم ملامحها ومكوناتها ومجالاتها، التّي تتمظهر من خلالها، وأهم التحديدات حول المصطلح، ننتقل فيْ هذهِ النقطة إلى الاتّصال الرّقْميّ، الذّي يعني "المهارة الأساسية لمعظم الأعمال، التّي يجب أن يكتسبها الفرد فيْ إطار المفاهيم والإنتاج والتّوصيل والاِستقبال لوسائل الاتّصال فيْ وظائفهم وحياتهم؛ حيث إن الاتّصال الرّقْميّ، هو القدرة على خلق الاتّصال الفعّال من مختلف الوسائل الرّقْميّة"، وهذهِ المهارة التّي من خلالها يعمل المتصفح، الذّي يشغل بصورةٍ مباشرة مع هذهِ التّقنيات فيْ ضوء الاتّصال الرّقْميّ، تدخل فيْ إضفاء تأثير جديد وإيجاد صورة أخرى، أو هوية افتراضية تأخذ واقعها من الهوية الحقيقية، من حيث القدرات العقلية، وفيْ أغلب الأحيان الظّهور المادي والاِجتماعيّ للهوية الحقيقية فيْ الهوية الاِفتراضيّة.

ومن أهم الوسائل المهمة، التّي أصبحت السّمة البارزة للفضاء الرّقْميّ فيْ الاتّصال الرّقْميّ، الذّي يعطي الهوية الاِفتراضيّة للمتلقي الرّقْميّ، هي الآتي:

1. الشّبكات الاِجتماعيّة الإلكترونيّة: ومن أهمها موقع **- Face book – Instagram Tweeter.**
2. المدوّنات الإلكترونيّة.
3. مواقع بث الصّور وتسجيلات الفيْديو ومن أبرزها **(YouTube).**

وهذهِ أهم الوسائل التّي من الممكن ان تشكل فضاءً رقمياً تؤثر بالهوية المحليّة (فردية / جماعية)، وفيْ ثقافتها، ومن الممكن أن توجد هوية إفتراضية تأثرت بشكلٍ وبآخر بالثّقافات والهويات الحقيقة؛ لذلك فإن الفضاء الرّقْميّ يجعل من الهويات المحليّة تقع تحت مبدأ التّأثر والتّأثير الحقيقي، وستوجد محددات لطبيعة الهوية في أثناءِ تعامل أصحابها مع هذهِ الوسائل فيْ ظل التّلقي الرّقْميّ، وما يحتويه من تغيرات قادرة على إحداث تغيير على مستوى هوية الفرد أو الجماعة.

ثالثاً: إشكالية التّلقي الرّقْميّ فيْ ضوء الاندماج الثّقافيّ الافتراضي:(الهوية والظهور الرّقْميّ)

إن عملية الاندماج فيْ العالم الإفتراضي، تعطينا واقعاً جديداً تكون فيْها الهوية الحقيقية فيْ محك من التأكد، من مدى تواجدها بشكل كامل فيْ ضوء معطيات جديدة، قد تفرضها الظّروف الإفتراضيّة فيْ الفضاء الرّقْميّ، ما يولد لدى المُستَخدِم فيْ هذا العالم حالة من عدم التّطابق بين هويتين الأولى الحقيقية، التّي من الممكن أن تتأثر بهذا العالم الجديد، والثّانية هي التّي يقدم بها المُستَخدِم نفسه؛ ولكن باختيار جديد فيْ أغلب الأحيان قد يلغي فيْه العديد من المظاهر، التّي كانت تدل على هويتهِ الواقعية إستناداً إلى الرغبات، التّي يريد أن يوجدها له فيْ هذا العالم، وكان البعض يريد ان يعطينا تصوراً آخر لشخصهِ، كانت كامنة فيْ دواخله ولا يستطيع أن يخرجها لنا فيْ الواقع المعاش. لذلك فإن أفضل ظهور سيكون له بشخصيته الجديدة، وبهويتهِ ومواصفات جديدة فيْ هذا العالم الافتراضي، الذّي يحاول أن يندمج فيْه ثقافياً

ونفسياً، وحتى يجمل معه بعض ملامح البيئة الاِجتماعيّة، التّي لا يستطيع ان يتنصل منها فيْ مثل هكذا ظهور، لأنها قارة فيْ سلوكياته المنطبعة فيْ ذاته، ومهما حاول أن يبتعد عنها، فإنها ستظهر بطريقةٍ أو بأخرى فيْ العالم الإفتراضي، وفيْ الوقت نفسه يوجد مستخدم آخر يحاول إيجاد تطابقٍ بشكل كبير، بين الهويتين الحقيقية / العالم الواقعي والاِفتراضيّة / العالم الإفتراضي، ويحاول أن يحقق اندماجاً فيها ويريد من ذلك أن يكون ظهوره بشكلٍ متساوٍ بين العالميّن، وبتأثير متبادل بين العالميّن فيْ الصّورةِ والماهية والمكونات الأخرى. لذا فإن هذهِ الإشكالية فيْ الظهور للمستخدمين فيْ العالمِ الإفتراضي، قبالة العالم الواقعي سيعطينا أنواعاً من المُستَخدِمين، وحسب نوع الإندماج والظهور؛ وأي الهويتين أكثر ظهوراً فيْ هذا المجال؛ لذا فإن شكل الهوية والظهور سيكون كالآتي:

1. هوية واقعية فيْ العالم الإفتراضي: هكذا نوع من الهويات تكون متوافقة مع الشّخص ذاته، أي أن ظهوره يكون فيْ هذا العالم الإفتراضي، كما لو أنه فيْ عالم واقعي دون أن يغير من ملامح الصّورة، كأن يضع صورةً رمزية أو تعبيرية أو يتخذ من بعض المناظر الطّبيعية، كالورود والأشجار وغيرها، بديلاً عن صورته الايقونية، التّي تدل عليه فيْ هذا العالم الإفتراضي، وهنا من يحاول الظّهور بواقعية فيْ العالم الإفتراضي دائماً، تشمل الشّخصيات العامة، مثل السّياسيين، أو الموظفيْن الحكوميين المهمين، أو أساتذة الجامعات أو مديري الدوائر، أو الشّخصيات الاِجتماعيّة المهمة، التّي لها ظهور حقيقي وواقعي فيْ كلا العالميّن، مثل رجال الدين والشّخصيات المجتمعيّة وغيرها، وفيْ أحيانٍ قليلة بعض النّاس العاديين، الذّين يضعون صورهم الايقونية فيْ هذا المجال، وكأنه يريد أن يقول: إنه متطابق مع واقعه، وليس لديه أي رغبة بالظهور فيْ هذا العالم بشخصيةٍ أخرى وهوية افتراضية أخرى.
2. هوية افتراضية فيْ عالم إفتراضي: هذا النوع فيْ الظّهور فيْ العالم الإفتراضي يكون (لأشخاص / مستخدمين) يريدون أن لا يفصحوا عن حقيقة هوياتهم الواقعية، لأن هذا الظهور هو فيْ عالم إفتراضي، ويجد هؤلاء الأشخاص من الصّائب ألا يظهر بهويته الواقعية؛ لأن التّواجد فيْ هذا العالم، هو من أجل الهروب من العالم الواقعي، أو من أجل الوصول إلى أهداف أخرى، قد لا تمكنه هويته الواقعية من الوصول إليها، وذلك بسبب مهنته مثلاً، أو بسبب موقعه الاِجتماعيّ ،أو الظّهور فيْ هذا الواقع الإفتراضي من أجل التّسلية والتّرفيه، الذّي لا يتطابق فيْ بعض الأحيان مع عمرهِ أو جنسهِ أو دينهِ.
3. الهويتان وظهورهما فيْ العالم الإفتراضي: وفيْ هذا النّوع من الظّهور، يريد المُستَخدِم أن يقدم فيه هويتين، الأولى واقعية، وهذهِ الهوية يريد ظهور جزءاً منها مرتبطة، مثلاً: بالجانب الاِجتماعيّ دون أن يظهر الجانب النّفسي، أو الفيْزيقي المرتبط بهويتهِ الواقعية، أو يريد أن يظهر وظيفته مثلاً؛ دون ان يظهر معها الجانب الاِجتماعيّ والنّفسي، وغيرها من الجوانب المرتبطة بالهوية، وهنا ما يكمل الهوية الأولى الواقعية هوية افتراضية فيْ هذا العالم الافتراضي، تكون فيْه الجوانب الأخرى تقع على الهوية الافتراضيّة مثلاً: إذا أظهر الجانب الاجتماعيّ فقط من الهوية الواقعية، فيكمل الجوانب النّفسية والفيْزيقية من الهوية الاِفتراضيّة، مثال ذلك: شخصية ذات بعد إجتماعي معين، أو ذات وظيفة معينه، لكن فيْ داخلها فيْ الواقع المعاش شخصية إنطوائية، غير متفاعلة مع المجتمع، يحاول أن يظهر

العكس فيْ ظهور فيْ العالم الإفتراضي، وكأنه شخصية إنبساطية متفاعلة مع الآخرين، وخصوصاً الذّين لا يعرفونه سواء أكانوا من بلدهِ أو من بلادٍ أخرى من المتواجدين فيْ العالم الإفتراضي.

4. الهويتان وظهورهما المتفاوت فيْ العالم الإفتراضي: وهذا النّوع من الظّهور يدل على إزدواجية الشّخصية، وحسب المواقف التّي تظهر فيها، مرة تظهر الهوية الواقعية وبمقتضى نوع المشاركات وخصوصاً إذا كانت المشاركات تمجيد لهذهِ الشّخصية، مما يغلبها الطّابع الشّخصي، ويظهر بهويتهِ الحقيقية أمام المتواجدين فيْ الموقع؛ كون هذا الظّهور ارتبط بجانبٍ نفسي إيجابي، جعلت المُستَخدِم يبرز هويته الحقيقية فيْ هذا المجال، أما فيْ الجانب النّفسي السّلبي، فيْحاول المُستَخدِم ان يظهر هويته الاِفتراضيّة من أجل الهروب من الواقع الإفتراضي، الذّي تعرضت فيْه الهوية الحقيقية إلى نوعٍ من الكشف عن حقائق المُستَخدِم أن تظهر للعلن.

5. الهوية فيْ بعدها الرّمزي فيْ العالم الإفتراضي: وهنا فيْ مثل هكذا ظهور، يريد المُستَخدِم ان تبقى هويته الحقيقية فيْ بعدها الرّمزي فيْ الواقع الإفتراضي، دون أن يقدم الشّكل الواقعي لهذهِ الهوية مثال ذلك: الرّؤساء ورؤساء الحكومات وقادة الجيش وغيرها، من الهويات التّي تظهر بشكلها الرّمزي وليس الواقعي.

6. الهوية فيْ بعدها الإشاري فيْ العالم الإفتراضي: وهذا النّوع من الظّهور يريد المُستَخدِم من خلالها أن تظهر ببعدها الإشاري، الذّي يشير فيْه إلى حالة ما دون أن تظهر كل جوانب الهوية، سواء أكانت واقعية أو افتراضية، ومثال ذلك: نجد أن بعض من يستخدم صورةً للإشارة إلى حالة مرضية، أو الإشارة إلى إنتماء ديني أو طائفيْ أو مذهبي أو قومي وغيرها.

7. الهوية فيْ بعدها الايقوني فيْ العالم الإفتراضي: وهذا النّوع من الظّهور يرتبط عند المُستَخدِم بالواقع تماماً، وكأنما يريد أن يظهر كما هو فيْ عامله دون أن يكون هنالك جانب رمزي أو إشاري للمستخدم.

8. هويات أخرى مرتبطة بحالات معينة فيْ العالم الإفتراضي: وهي كالآتي:

1- هويات ذات بعد نفسي فيْ العالم الإفتراضي: أي يطغى عليها الجانب النّفسي أكثر من الجوانب الأخرى.

2- هويات ذات بعد إجتماعي فيْ العالم الإفتراضي: تظهر الصّورة الاِجتماعيّة أكثر من الجوانب الأخرى.

3- هويات ذات بعد عاطفي فيْ العالم الإفتراضي: كشخصية العاشق، وظهورها فيْ العالم الإفتراضي.

4- هويات ترتبط بطبيعة الجنس فيْ العالم الإفتراضي: مثلاً أغلب النّساء لا تظهر هويتها الحقيقية، وخصوصاً فيْ البلدان ذات الطّابع الاِجتماعيّ الصّارم.

5- هويات تدل على المهنة، أو الوظيفة فيْ العالم الإفتراضي.

6- هويات تدل على الجانب الاِقتصاديّ فيْ العالم الإفتراضي: مثلاً هوية تدل على شركةٍ، أو متجر، أو بضاعة وغيرها.

وهذهِ الهويات المرتبطة بالجوانب النّفسية والإِجتماعيّة، أو العاطفيْة والجوانب الاعلانية، هي فيْ أغلبها هويات افتراضية، لا تدل على هويات حقيقية لأشخاصٍ معينين وهوياتهم الحقيقية، بل هي هويات الغاية منها أن تقدم شيئاً آخر غير الواقع الحقيقي للمستخدم، مثلاً: مالك الشّركة عندما يريد أن يروج لشركته، فلا يظهر شخصيته الواقعية؛ بل يظهر المنتج وكيفيْة الترويج عنه، وهو غايته وكذلك عند الشّخص الذّي يريد أن يظهر الحالة العاطفية، كأن يظهر شخصية العاشق، الذّي يريد أن يجذب الآخرين حوله، وفيْ أغلب الأحيان يأتي بصورةٍ جميلة لشخصية رجالية إذا كان ذكراً أو شخصية نسائية إذا كانت أنثى، وكلا هاتين الصّورتين تكونان لشخصياتٍ معروفة، لفنانين أو عارضات أزياء أو شخصيات عامة، تمتلك مظهراً معروفاً، مثل: الرياضيين وغيرهم.

إن لظهور هذهِ الهويات فيْ االعالم الإفتراضي إيجابيات وسلبيات، من الممكن أن نجمل أهم هذهِ الإيجابيات والسلبيات بالآتي:

أ: الإيجابيات:

1. شعور المُستَخدِم بالتواجد الفعلي فيْ العالم الإفتراضي، ومسؤوليته عنه.
2. التّفاعل المتمثل بقدرةِ المُستَخدِم على التّأثير فيْ العالم الإفتراضي، وإمكانية التّعامل معه.
3. إمكانية خلق أي بيئة فيْ النّظام مهما كانت خيالية، أو صعبة التّحقيق فيْ الواقع.
4. تجنب الأخطار المتوقع حدوثها فيْ العالم الحقيقي؛ وذلك من خلال تجربتها فيْ العالم الإفتراضي.
5. عملية المحاكاة عن طريق استعمال النّظام فيْ العالم الإفتراضي، بديلاً عن العالم الواقعي / الحقيقي فيْ التّدريب على مواجهة المشكلات.

ب: السّلبيات::

1. إن الإنغماس فيْ الواقع الإفتراضي، يجعل من الشّخص المُستَخدِم عرضةً للوقوع فيْ الإزدواجية التّي تؤثر في ظهورهِ فيْ العالم الحقيقي.
2. ضياع وقت ثمين بسبب سوء استعمال التّواجد فيْ العالم الإفتراضي، وإنشغاله عن أعمال مهمة فيْ العالم الحقيقي.
3. ضياع الهوية الحقيقية لصالح الهوية الإفتراضيّة، بسبب أوقات التّواجد المستمر فيْ العالم الإفتراضي.
4. قد يتعرض الشّخص المُستَخدِم لأعراضٍ مرضية، ترتبط فيها بالجوانب النّفسية أو الفيْزيقية، مثل: ضعف البصر وغيرها.

إذاً فإن إشكالية التّلقي الرّقْميّ فيْ ضوء الإندماج الثّقافيّ الإفتراضي، يعطينا فضاءً رقمياً تكون فيْه الإختلافات مؤثرة في طبيعة وشكل هذا التّلقي الرّقْميّ، كما يعطينا مجموعة من الإيّجابيات والسّلبيات، قد تجعل من هذا الفضاء فيْ جانب من جانبه مهماً ومؤثراً بشكل إيجابي، لكنه فيْ الوقت ذاته له آثار سّلبية تتعلق بالجوانب النّفسية والإِجتماعيّة والفيْزيقية للمستخدم فيْ هذا المجال.

الخلاصة:

في خلاصة البحث يمكن استنتاج الآتي:

1. إن إشكالية التّلقي الرّقْميّ تكمن فيْ العالم الإفتراضي الذّي يوفر ثقافات مختلفة ومتباينة، من الممكن أن تسهم فيْ التّأثير في الهوية الحقيقية، وتجعلها ثانياً لصالح الهوية الإِفتراضيّة، فيْ أوقات الظّهور الإفتراضي فيْ فضاء التّلقي الرّقْميّ، وهذا قد يتسبب بتراجع تطوير الهوية الحقيقية مقابل الهوية الإِفتراضيّة.
2. إن إزدواجية الظّهور فيْ العالم الإفتراضي، يوجد إشكالية فيْ التّلقي الرّقْميّ؛ وذلك بأن التّغذية الرّاجعة، التّي تصدر عن هذا التّلقي الرّقْميّ، ستكون غير محددة بالمرجعيات الثّقافيّة للهوية الحقيقية؛ بل قد تفترض أن العملية من الممكن أن تنتج ردود أفعال مزدوجة صادرة من إشكالية التّلقي الحاصل؛ بسبب المرجعيتين الثّقافيّتين للهويتين الحقيقية والإِفتراضيّة.
3. إن إشكالية التّلقي الرّقْميّ تجعل المُستَخدِم أمام عالم مليء بالمعلومات والثّقافات المختلفة، التّي ليس من السهل التّعامل معها، بسبب ثقافة المُستَخدِم المحدودة، مما يجعل الإنحياز إلى الثّقافة العالميّة والكثيفة بالمعلومات أكثر من الثّقافة المحليّة للمستخدم؛ وذلك مما يؤثر في الهوية الحقيقية سلباً قياساً بالهوية الإِفتراضيّة التّي تزداد سيطرتها ثقافياً على المُستَخدِم.
4. إن اشكالية التّلقي الرّقْميّ تفرض على المُستَخدِم الوقوع بين عالميّن، كل عالم له خصوصيتهِ واشتغالاتهِ، مما يجعل هذا المُستَخدِم يكون بعيداً عن إيجاد صيغ ثابتة فيْ شخصيتهِ، وموحدة فيْ إظهار الذّات على أساس مرجعية ثّقافية واحدة.
5. إن إشكالية التّلقي الرّقْميّ، قد تجعل من الإندماج الثّقافيّ الإفتراضي لدى المُستَخدِم، يواجه خطر الانجرار خلف الثّقافة الأوسع والأكثر انتشاراً فيْ العالم الإفتراضي، مما يجعل المُستَخدِم المحلي يتخلى عن أغلب ملامح (ثقافته المحليّة / الهوية الحقيقية)، لصالح (الثّقافة الأخرى / الهوية الإِفتراضيّة)، وهذا ما لا يحقق اندماجاً ثقافياً سليماً لصالح المُستَخدِم المحلي.
6. إن إشكالية التّلقي الرّقْميّ، قد تسهم فيْ تشتيت الهوية الحقيقية وضياعها، ومن ثمَّ عدم الحفاظ عليها؛ لأن هذا الإندماج الثّقافيّ هو فيْ الأصل هدفه محو المرجعيات الثّقافيّة للمستخدم لصالحِ الثّقافة العالميّة، مما يجعل إشكالية التّلقي الرّقْميّ إشكالية مستمرة، ولا يوجد لها حلول بسببِ عدم تكافؤ الثّقافات.

قائمةُ المصادر والمراجعْ

الكتب:

1. جمال قاسم: النّص الادبي من الورقية إلى الرّقْميّة (آليات التشكيل والتّلقي) ، الجزائر ، معهد اللغات والادب العربي، 2009.

2. ديديه جوليا: معجم الفلاسفة والمصطلحات الفلسفيْة، بيروت: دار المؤلف للنشر والطباعة والتوزيع، 2016.
3. محمد سبلا – نوح الهرمزي: موسوعة المفاهيم الاساسية فيْ العلوم الانسانية والفلسفيْة، الرباط: المركز العلمي العربي للأبحاث والدراسات الانسانية، 2017.
4. محمد عابد الجابري: الموسوعة الفلسفيْة العربية م1 (الفارابي – التعليقات)، بروت: مركز الانماء العربي، 1986.

الرسائلُ والأطاريح الجامعية:

1. لؤي مضر واصف الشريف: الواقع الإفتراضي وإمكانية تطبيقه فيْ البيئة العمرانية الفلسطينية، نابلس: جامعة النجاح الوطنية، أطروحة دكتوراه، 2012.
2. ميمونة مناصرة: هوية المجتمع المحلي فيْ مواجهة العولمة، الجزائر: أطروحة دكتوراه مقدمة إلى جامعة محمد خيفر، 2012.

الدوريات:

1. باديس لونيس: الإعلام الجديد والهوية، الجزائر: مجلة العلوم الاِجتماعيّة والإنسانية، العدد31 ، 2014.
2. ثائر عبد المجيد العذاري: الادب الرّقْميّ والوعي الجمالي العربي ، بغداد : مجلة الفراهيدي ، العدد(2) ، السنة الأولى، ب.ت. .
3. حمزة قرية: المسرح التفاعلي – إشكالية البناء وأزمة التّلقي، مجلة العلامة، العدد الثاني، 2016.
4. عبد الكريم علي جبر الدبيسي، زهير ياسين الطاهات: دور وسائل الاتّصال الرّقْميّ فيْ تعزيز التنوع الثّقافيّ، بيروت: مجلة الاتّصال والتنمية، العدد 6 ، 2012.
5. عمر زرخاوي بن عبد الحميد: العصر الرّقْميّ وثورة الوسيط الإلكترونيّ، جامعة تبسة، مجلة المختبر – وحدة التكوين والبحث فيْ نظريات القراءة ومناهجها، ب.ت.

التحوّلات اللغوية في ظلّ الاتصال الرقمي

(الفايسبوك نموذجاً)

د. سمر كرامي

كلية الإعلام/ جامعة الجنان - لبنان

مقدمة

ليست اللغة العربية بمنأى عن التطور الرقمي المشهود في مختلف مجالات الحياة، بعد أن فرضت التكنولوجيا سيطرتها بشكل واضح، بما لذلك من تأثيرات طالت اللغة العربية إلى حدّ لافت.

ولا غرابة في ذلك، إذ إن الانترنت ليست مجرد ثورة تقنية – على حدّ قول عالم اللغة البريطاني ديفيد كريستال – بل هي ثورة اجتماعية أيضاً، واللغة قضية محورية في قلب هذه الثورة الاجتماعية. مشيراً إلى بروز لغة جديدة باتت تسيطر سمّاها "السرد الالكتروني" أي هذا السرد هو بحدّ ذاته بمنزلة وسيط جديد.

وهذا يشير إلى أن التغير – بفعل التكنولوجيا – أصاب اللغة عامة وليس العربية فحسب.

أهمية الدراسة:

تنطلق أهمية هذه الدراسة من افتراض أن استخدام الوسائط الإعلامية الحديثة التي أفرزتها التكنولوجيا في مجال الاتصال الرقمي تحديداً، قد أثّر في لغة التواصل والتراسل الذي يعرف بالتفاعل والتشارك بين المستخدمين. ومعيار الحكم على هذه اللغة لا بدّ من أن يخضع لمعايير اللغة العربية الفصحى. وهذا ما ستحاول الدراسة تسليط الضوء عليه، خاصة بعدما أشيع استخدام مصطلح "اللغة العارية " أو naked language (ديفيد كريستيل) بسبب ابتعاد اللغة – أية لغة – عن القواعد والأصول.

تساؤلات الدراسة:

تهتم الدراسة بالإجابة عن التساؤلات الآتية:

1- ما هو واقع اللغة العربية حالياً في مواقع التواصل الاجتماعي؟

2- هل العربية قاصرة عن مواكبة التطورات التكنولوجية؟ أم أن التكنولوجيا تفرض لغتها؟

3- ما هو واقع اللغة العربية في الفايسبوك تحديداً؟

4- هل يستخدم المتلقي اللبناني العربية الفصحى في التواصل والتفاعل عبر الفايسبوك؟

5- ما هي أسباب انتشار العربيزي والعامية بين المستخدمين؟

6- ما هي المخاطر الناجمة عن استخدام هذه "اللغة" الجديدة؟

7- إلى أي مدى يساهم استخدام الفايسبوك في تدهور اللغة العربية؟

أهداف الدراسة:

يقول المستعرب الاسباني المعاصر المهتم باللغة العربية بيدرو مارتنيز pedro Martinez (1933):" إن اللغة العربية هي الحصن الوحيد المتبقي للعرب في كل ما يملكون من حاضر، وذلك بسبب عمق وغنى هذه اللغة ".

انطلاقاً من أهمية اللغة العربية، وكونها الثروة الوحيدة المتبقية للعرب، تبدو أهمية الدراسات التي تتناول هذه اللغة، خاصة بعدما تواجهه من تحديات مع انتشار الاتصال الرقمي. وتأتي هذه الدراسة لتحدّد أهدافها بالآتي:

1- التعرف إلى التحديات التي تواجه اللغة العربية في الاتصال الرقمي.

2- التعرف الى واقع اللغة العربية في الاتصال الرقمي وتحديداً الفايسبوك.

3- التعرف إلى مدى اسهام مواقع التواصل الاجتماعي – وتحديداً الفايسبوك – في تدهور اللغة العربية.

4- التعرّف إلى العقبات والأسباب التي تحول دون انتشار اللغة العربية السليمة في الاتصال الرقمي.

أدوات الدراسة:

تعتمد الدراسة ثلاث أدوات لتحقيق أهدافها:

1- الملاحظة: أي اعتماد الملاحظة الدقيقة لحصر بعض العمليات التفاعلية التي يقوم بها مستخدمو الاتصال الرقمي – وتحديداً الفايسبوك – لجهة دراسة اللغة المعتمدة، سواء في كتاباتهم أو في تعليقاتهم على كتابات أصدقائهم.

2- **استمارة الاستبيان:** وقد تم توزيع مئة استمارة على عينة عشوائية من مستخدمي الفايسبوك، من مختلف الشرائح الاجتماعية والعلمية والعمرية في محافظة لبنان الشمالي.

تعريف اللغة:

اللغة اصطلاحاً هي نسق من الرموز والإشارات التي يستخدمها الإنسان بهدف التواصل مع البشر، والتعبير عن مشاعره، واكتساب المعرفة، وتعدّ اللغة إحدى وسائل التفاهم بين الناس داخل المجتمع.

ولكل مجتمع لغة خاصة به تستخدم من أجل الاتصال والتواصل الاجتماعي والفردي.

وقد عرّفها ابن جنّي بأنها "أصوات يعبّر بها كل قوم عن أغراضهم". ووصفها ابن خلدون بقوله "هي ملكات شبيهة بالصناعة، إذ هي ملكات في اللسان للعبارة عن المعاني، وجودتها وقصورها بحسب تمام الملكة أو نقصانها، وليس ذلك بالنظر إلى المفردات، وإنما هو بالنظر إلى التراكيب".

أما ابن حزم فعرّفها بأنها "ألفاظ يعبّر بها عن المسميّات، وعن المعاني المراد إفهامها، ولكل أمّة لغتهم".

وعرّفها العالم اللغوي فرديناند دو سوسير Ferdinand de saussure (مؤسس المدرسة البنيوية) بأنها " نظام من الرموز الصوتية الاصطلاحية في أذهان الجماعة اللغوية، تحقّق التواصل بينهم، ويكتسبها الفرد سماعاً من جماعته"، وهو يعدّها " ظاهرة اجتماعية تستخدم لتحقيق التفاهم – الاتصال بين الناس".

فاللغة هي "عنوان أي أمة واللسان الناطق بهويتها، والمعبّر عن خصوصياتها والمجسّد لمقوماتها الفكرية والمعرفية" حسب التويجري.

ولا يمكن فصل اللغة عن قواعدها حسب النظرية البنيوية لسوسير، بمعنى أن "القواعد النحوية هي التي تربط الكلمات والجمل بمعانٍ خاصة وذلك من أجل إيصال معنى معيّن، وهو يرى أن اللغة كنظام للاتصالات والتواصل، "تمكن البشر من تبادل الكلام اللفظي أو الرمزي لنقل المعاني التي تعبّر عن الأهداف التي يريدونها أي الوظائف الاجتماعية للغة".

اللغة العربية:

هي من اللغات السامية، وتعدّ من اللغات الأكثر تداولاً بين الناس في العالم، ومن أقدم اللغات الحية في الأرض، وينتشر متحدثوها في الدول العربية الواقعة في قارتي أفريقيا وآسيا، وفي بعض الدول التي تجاور دول الوطن العربي. ويطلق عليها لغة الضاد. وبحسب اليونسكو، تحتل اللغة العربية المرتبة الرابعة في العالم من حيث عدد المتحدثين (6.6 %)، والمرتبة الثانية بعد الانكليزية من حيث عدد الدول المتحدثة بها (66 دولة)، وفي عام 1974، تم اعتمادها كلغة رسمية سادسة في الأمم المتحدة. وللغة العربية الكثير من الخصائص والمميزات التي تميّزها عن اللغات الأخرى أهمها:

- مرونة الاشتقاق.
- الإعراب وهو من أقوى خصائصها.
- الاشتقاق الذي يعدّ من الخصائص النادرة في اللغة العربية.

- الترادف والتضاد.
- السعة، فهي زاخرة بالمفردات.

وغيرها من الميزات والخصائص التي تجعلها " لغة بلغت حدّ الكمال في قلب الصحراء عند أمة من الرحّل ففاقت اللغات بكثرة مفرداتها ودقّة معانيها، وحسن نظام مبانيها "، حسب ما وصفها ارنست رينان العالم الفرنسي المعروف Ernest renan .

ويمكن تلخيص وظائف اللغة عامة باثنتين: الأولى جعل التواصل بين الناس ممكناً، والأخرى الحفاظ على المعرفة. فاللغة التي تفتقر كلماتها أو مفرداتها إلى مفاهيم معيّنة تحجب عن الناطقين بها استيعاب هذه المفاهيم. واللغة التي يعرفها الفرد والمتاحة له هي الوسيلة التي يرى بها العالم على رحابته، وهذا يفسّر ما قاله الفيلسوف النمساوي لودفيك فيتغشتين Ludwig Wittgenstein (1889 – 1951) "حدود لغتي تعني حدود عالمي".

وهنا لا بد من الإشارة إلى أن اللغة العربية كانت يوماً ما قادرة على استيعاب كل ألوان العلوم والفلسفة ونقلها عبر الأجيال، لكثرة ما تحتويه من ألفاظ ومفردات واشتقاقات.

الاتصال الرقمي Digital communication:

الاتصال هو عملية تفاعل طرفين أو أكثر معاً في حدث أو موضوع معيّن، للوصول إلى تحقيق التأثير المطلوب لدى طرف واحد من الأطراف أو كليهما معاً. أو هو عملية إنتاج ونقل للمعلومات وتبادل للأفكار والآراء والمشاعر من إنسان إلى آخر، بهدف التأثير فيه وفي أفكاره وإحداث استجابة.

من أهم شروط الاتصال الوضوح والبساطة وسلامة الوسيلة وغيرها.

أما الاتصال الرقمي فهو الذي يقترن باستخدام الحاسب الآلي والوسائل التكنولوجية المتعددة، أي أنه يقوم على استخدام النظم الرقمية ومستحدثاتها باعتبارها الوسائل الأساسية للاتصال بين أطرافه.

وقد شهدت أنظمة الاتصال في الآونة الأخيرة جملة من التطورات وفق أربعة محاور هي:

- تنامي ذكاء الشبكات.
- البحث المتواصل للترفيع في السعة.
- تقريب الخدمات الذكيّة من المستعمل.
- تدني كلفة التجهيزات بالنسبة إلى سعتها.

وهكذا، فإن الرقمنة هي تطور تكنولوجي ذو تداعيات كبيرة فرضت نمطاً مستحدثاً لمعالجة ونقل وتخزين المعلومات خارج مظلّة الخبراء والمؤسسات.

أما أهم فوائد الاتصال الرقمي فيمكن تلخيصها بالآتي:

- السرعة في نقل الصور والبيانات والنصوص.
- الوفرة في المعلومات والصور المتنوعة.
- التنوّع في المعلومات والصور.

وتشير بعض التوقّعات المبنية على دراسة الواقع الحالي، إلى أنه في العصر الرقمي الحالي يشهد العالم الاتصال بين 500 مليار شخص تقريباً، وبحلول 2030، ستتاح للدول والمناطق التي تخلّفت عن ركب عصر المعلومات إمكانية التقدم والتطور، إذ ستمتلك البيانات والمعرفة التي تخوّلها لاتخاذ القرارات الصحيحة والمساعدة على تغيير حياة الناس للأفضل. وكمثال على ذلك، ستضم منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا 2.4 مليار جهاز اتصال، و445 مليون مستخدم جديد بحلول العام 2020 (كما ورد على لسان المدير العام لدول المنطقة الغربية لدى سيسكو الشرق الأوسط زياد سلامة في مقالته تكنولوجيا الاتصال الرقمي والطريق إلى نظام عالمي جديد 2017).

ولا بد من الإشارة إلى أن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال الرقمي قد غيّر أنماطاً كثيرة من حياة الناس، إذ إن الابتكارات والاختراعات في هذا المجال قد وجدت طريقها إلى حياة المجتمعات، وباتت في متناول أعداد كبيرة من الناس، مما انعكس على ثقافة هذه المجتمعات، والأهم على لغتها.

اللغة والاتصال:

لمّا كان العالم المعاصر يشهد مجموعة من التحولات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، ظهرت كلمات ومصطلحات جديدة كان لها كبير الأثر في اللغة العربية، الأمر الذي عزّز الهوة بين الجيل الجديد من مستخدمي هذه الوسائل وبين لغة الضاد. فاستخدام وسائل الإعلام والمواقع الالكترونية وما فرضته من مراسلات وغيرها قد نتج عنه لغة مكتوبة جديدة غصّت بالتعابير المستحدثة، وطالت استخداماتها الرسوم والصور والرموز والإشارات كطريقة للتعبير عن المشاعر والعواطف بدلاً من الكلمات العربية.

ولمّا كان لفضاء الانترنت اللغوي طبيعة خاصة، فإن بعده عن النخبوية وتداوله بين الناس وشيوعه ولامركزيته وعالميته، جعلنا نتقبل استخدامه كما هو، بما أفرزه من مصطلحات وكلمات جديدة، خاصة أن ثمة إشكالية كبيرة في نقل مصطلحات الانترنت والسوشيال ميديا إلى اللغة العربية، وهي قضية تقع في قلب الحركة الفكرية لأي مجتمع.

لذلك نرى الغرب يمطرنا بمئات المصطلحات والألفاظ الجديدة التي بتنا نستخدمها بالحرف العربي ولكن بلفظة أجنبية.

فبالإضافة إلى المشكلات اللغوية الصرفية والنحوية والإملائية، برزت مفردات فرضتها الحداثة والتكنولوجيا، وهي كلمات يكتبها المستخدم بالحرف العربي:

- لايك like   - لينك link   - تشات chat

- غروب group - بروفايل profile - أونلاين online
- ابدايت update - بوست post - آد add
- بلوك block - باسوورد password - ترند Trend

تجدر الإشارة إلى أن العلاقة بين اللغة والإعلام من حيث التأثر والتأثير ليست حديثة العهد. وقد حصل هذا في القرن التاسع عشر عند ظهور الصحافة في العالم في الوطن العربي، عندما تعالت صيحات الأدباء آنذاك بضرورة الحرص على صحة اللغة العربية وسلامتها. فظهرت عدة كتب تعنى بلغة الصحف لتصحيح الأخطاء الشائعة وردّ الاعتبار للغة الضاد.

وهذا ما دفع الباحث عبد العزيز بن عثمان التويجري إلى القول: "العلاقة بين اللغة والإعلام لا تسير دائماً في مسار متوازٍ، لانعدام التكافؤ بينهما، فالإعلام هو الطرف الأقوى، ولذلك يكون تأثيره في اللغة بالغاً، فيلحق بها أضراراً"، بمعنى أن اللغة تكون عادة تابعة للإعلام وليس العكس.

في حين يرى فريق من الدارسين أن هذا يؤكد طواعية اللغة العربية تحديداً، حين استطاعت الصحافة تطويعها في القرنين الماضيين، وها هو الإعلام الجديد اليوم والاتصال الرقمي تحديداً يطوعها ثانية ويجعلها مرنة بما يتماشى مع روح العصر ويفي بمتطلباته. بمعنى أن هناك ألفاظاً فرضتها الحداثة والتكنولوجيا في حياتنا اليومية كما أسلفنا سابقاً.

وبفعل إنتاج ألفاظ وتراكيب لغوية جديدة مع انتشار التكنولوجيا، أمكننا اليوم الحديث عن "العولمة اللغوية" والتي من أهم مظاهرها:

- التداول بالأجنبية في الحياة اليومية (كثرة المفردات الأجنبية)
- كتابة لافتات المحال التجارية
- التراسل عبر الانترنت
- اشتراط إتقان الانكليزية للتوظيف
- كتابة قائمة الطعام في المطاعم ....

وإزاء هذا الواقع، فإن اللغة العربية والكتابة العربية تواجهان مجموعة من التحديات في المجال الالكتروني والاتصال الرقمي، ويعود مصدر ذلك إلى ضعف مخرجات البحث العلمي العربي أساساً في التعاطي مع البيانات الرقمية متعددة اللغات، من حيث التجديد والتحديث والابتكار.

فاللغة العربية ما تزال في بحث متواصل عن أفضل السبل لدعم تواجدها في الفضاء الرقمي العالمي، والدليل على ذلك النسب المتدنية لتواجد المحتويات العربية على الشبكات.

- المحتوى العربي الموجود في غوغل 2 % فقط
- المحتوى العربي في إجمالي محتوى موقع موسوعة ويكيبيديا 1 %
- نسبة المستخدمين العرب لمحرك غوغل 7 %

- نسبة انتشار المحتوى الرقمي بالعربية على شبكة الانترنت 3 %.

والجدير ذكره ان ترتيب المواقع العربية من قبل مستخدمي الانترنت هو على الشكل الآتي:

1- المواقع الترفيهية (أغاني – أفلام – رياضة – دردشة ....)

2- المواقع الخدماتية (محركات بحث)

3- المواقع المعلوماتية (برامج – حاسوب ...)

4- المواقع الإخبارية (أخبار – صحف ...)

5- المواقع الثقافية والتوجيهية (ثقافة – دين ...)

ثم إن بعض الإحصائيات حول استخدام الانترنت والاتصال الرقمي في العالم العربي قد يزيد من حدّة المواجهات والتحديات أمام اللغة العربية. فقد صدرعن منصة إدارة وسائل التواصل الاجتماعي هوت سويت مطلع 2019:

- 304.5 مليون اشتراك بالهاتف المحمول في منطقة الشرق الأوسط
- 70 % من سكان المنطقة يصلون إلى الانترنت
- سنة 2018: 18 مليون مستخدم جديد للانترنت.

الفايسبوك Facebook:

هو موقع يعتبر أشهر وسائل التواصل الاجتماعي، فهو شبكة اجتماعية كبيرة، بإمكان مستخدميه الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الأقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كما يمكنهم إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وتحديث الملفات الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

ويعود تاريخ هذا الموقع إلى العام 2004 حيث قام مارك زوكربيرغ بابتكاره عندما كان طالباً في جامعة هارفرد.

ونورد بعض الإحصائيات (2018) حول هذا الموقع:

- بلغ عدد المستخدمين النشطين، ابتداء من منتصف 2018 نحو 22 مليار مستخدم شهرياً و14 مليار مستخدم نشط يومياً حول العالم.
- هناك أكثر من 300 مليون صورة يتم تحميلها يومياً على Fb.
- في المتوسط، يتم إنشاء 5 حسابات Fb كل ثانية.
- تتراوح أعمار 30 % من المستخدمين بين 25 و 34 سنة.
- يبلغ عدد مشاهدات الفيديوهات حوالي 8 مليارات يومياً.

أما في الوطن العربي، فهناك 62 مليون مستخدم، نصفهم يستخدمه يومياً.

ونورد ترتيب الدول العربية من حيث أعداد مستخدمي الفايسبوك:

1- مصر (23 %) بمعدل 35 مليون مستخدم، وهي في المرتبة الأولى في العالم العربي من حيث استخدامها لغة العربية.

2- الجزائر: 19 مليون	6- الإمارات	10- السودان
3- السعودية: 18 مليون	7- سوريا	11- ليبيا
4- المغرب: 15 مليون	8- تونس	12- الكويت
5- العراق: 14 مليون	9- الأردن	13- لبنان (2 %)

تونس والمغرب والجزائر يفضلون الفرنسية

اللغة العربية في الفايسبوك:

أحدثت الشبكات التفاعلية عامة، والفايسبوك خاصة، نقلة نوعية في حياة الناس في كل مجالاتها، ومن بينها لغتهم المستخدمة فيما بينهم.

فالمستخدمون – خاصة العرب – يتعاملون بلغة "انترنتية " جديدة فرضتها أبعاد التكنولوجيا، وتهافت الكثيرين عليها، حتى صارت موجودة ومتداولة في كل مكان، إلى أن أصبحت المفردات والمصطلحات الجديدة المستخدمة جزءاً لا يتجزأ من ثقافتهم، الأمر الذي ساهم في التأثير في اللغة العربية الأم، ونتج عن ذلك الابتعاد عن الاستخدام السليم والصحيح لها.

فلمّا كانت شبكات التواصل منفتحة على مستويات، بعضها ضعيف المستوى اللغوي العربي، فإنّ المستخدمين، وخاصة الشباب العربي تحديداً، باتوا يستخدمون لغة وظيفية، أو لنقل "لغة واقعية" حسب تعبير الكاتب الفرنسي المعاصر Jérôme peignot في كتابه La DE l'écriture à typographie، والذي يرى أن الكتابة رمز " أيقوني" للواقع الذي تسعى إلى تقديمه. فهي، قبل أن تكون امتلاكاً للمحفوظ، امتلاك للعالم.

وبناء على ما سبق، فإن النسق اللساني الذي يستخدمه جيل اليوم من الشباب العربي في مواقع التواصل الاجتماعي، والفايسبوك تحديداً، هو رمز أيقوني للواقع العربي فعلاً، هذا الواقع الذي ينطلق من واقع لغوي مرتبك نتيجة ما تعانيه اللغة العربية حالياً من حيث سوء استخدامها وضمورها أمام سيادة العامية واللغة العربية المليئة بالمفردات الأجنبية الدخيلة، ووقوع المستخدمين في أخطاء لغوية شنيعة.

وإنَّ المتخصص والمدقق في الخطاب اللغوي في الفايسبوك يشعر فعلاً بخطورة ما تتعرض له مسيرة اللغة العربية. فاللغة المستخدمة هي انعكاس طبيعي لتفشي استخدام اللغة العامية والمزدوجة (العربيزي) في المجتمع اللبناني تحديداً.

من أمثلة الأخطاء والمفارقات اللغوية التي تمت ملاحظتها:

- حذف الألف (بلمقلوب)
- الخلط بين (د – ض) (ة – ت) (ـة - ـه) (ق – أ):أهوة
- الخلط بني (أ – ن) : شكرن.
- الخلط بين (ذ – ز) (س – ث)....

ويمكن تلخيص سمات الأداء اللغوي في الفايسبوك بالضعف وشيوع الأخطاء اللغوية والنحوية والإملائية واللجوء إلى العامية وعدم سلامة النطق وازدواجية اللغة التي تعدّ من أهم المخاطر. فالشباب العربي قام بتسطير قواميسه اللغوية بنفسه، متجهاً إلى تركيب تعابير جديدة، والخلط بين العربي والأجنبي في التواصل، خاصة في المستجدات من الأمور، أو عبر الاقتراض من عالم اللغة ما يلبي رغبته ويسدّ حاجاته.

هذا فضلاً عن إدخال رموز وأرقام سواء على المستوى الحرفي أو المجازي، بحيث أصبحت الحروف العربية تكتب بحروف وأرقام ورموز لاتينية، كما تمّ إدماج اللهجة العامية بكتابة عربية فصحى إلى جانب التعبير عن أفكارهم ومشاعرهم وحالاتهم النفسية بالرسومات البسيطة والرموز.

وكانت بعض الدراسات في الوطن العربي قد حذرت من ظهور " لغة موازية " يستخدمها الشباب في محادثاتهم عبر الانترنت، تهدّد مصير اللغة العربية في الحياة اليومية، وتلقي بظلال سلبية على ثقافة وسلوك الشباب.

وحاول الدارسون لهذه الظاهرة، اعتبار ما يحصل من تغيير لغوي بمثابة " تمرد" على النظام الاجتماعي من قبل الشباب، وابتداع لون جديد من الثقافة منتشرة بينهم دون غيرهم، وخاصة الأهالي.

أما البعض الآخر فقد اعتبر هذه الظاهرة نوعاً من الهروب من المجتمع، وبالتالي على الجميع احترام لغة الشباب الجديدة في الفايسبوك وعدم الاستهزاء بها، مشيراً إلى أن هذا التغيير شبيه إلى حدّ كبير بالتغيير عند الجيل الجديد في الملابس والسلوكيات اليومية وتسريحة الشعر ...

النموذج اللبناني:

إن المراقب للواقع الذي تعرضه وسائل الإعلام والاتصال الحديثة يدرك تماماً أنه ينبئ بصراع حاد وفعلي تخوضه اللغة العربية، تحديداً في الفايسبوك، والمتلقي اللبناني بصورة خاصة.

فالمدقق في الخطاب اللغوي عبر هذا الموقع يشعر فعلاً بخطورة ما تتعرض له مسيرة اللغة العربية عبر الأجيال، حيث نجد أن الهدف هو فقط تحقيق التواصل كيفما كان، من دون التحسب أبداً للضوابط اللغوية.

فاللغة المستخدمة هي انعكاس طبيعي لتفشي اللهجة العامية حيناً والمزدوجة (مع الأجنبية) أحياناً أخرى في المجتمع اللبناني.

وبعد متابعة دقيقة للخطاب اللغوي عبر الفايسبوك، أمكن رصد الآتي:

- استخدام اللغة العامية (اللهجة اللبنانية)
- استخدام اللغة الأجنبية (الفرنسية أو الانكليزية)
- استخدام العربيزي (العربية بحرف لاتيني)
- إنّ معظم الكلام المستخدم في لغة التواصل في الفايسبوك لم يلتزم بالمعايير المطلوبة في اللغة العربية الفصحى، ولكنه يمت إليها بصلة من حيث الاستفادة من بعض مفرداتها في التواصل.
- تمت ملاحظة أنه كلما ابتعدت الرسائل عن الأهداف الترفيهية، استخدمت اللغة العربية الفصحى، واعتدلت قليلاً المعايير اللغوية فيها.

علم الإعلام اللغوي:

لا بد من الإشارة هنا إلى أنه - وفي سياق التحليلات العلمية والدراسات التي تبحث في أصول العلاقة المتداخلة بين الإعلام واللغة - يظهر "علم الإعلام اللغوي" الذي يعدّ من العلوم التي تتجه إلى دراسة دور اللغة في بناء الرسالة الإعلامية ونقل مضامينها. ويهتم هذا العلم بدراسة الأسلوب الإعلامي من حيث:

- المعايير اللغوية
- الخصائص الأسلوبية

أي أن "علم الإعلام اللغوي" يعنى بدراسة استخدام اللغة من خلال عملية الاتصال عبر وسائل التواصل أو الاتصال الرقمي.

فالجمل أو التعابير الإعلامية تتغير وتتأثر بعوامل عديدة أهمها:محتوى الرسالة وظروف المتلقّي وخصوصية المرسل. وهذا يدفعنا إلى القول إن الأسلوب الإعلامي هو لغة تبنى على أساس نسق اجتماعي معيّن تحمل عباراتها ومفرداتها وقواعدها طابعاً خاصاً ومميزاً جديراً بالدراسة.

نتائج الدراسة الميدانية:

الجدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة حسب متغيّر الجنس:

	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	52	52.0
أنثى	48	48.0

Total	100	100.0

يظهر الجدول رقم (1) توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس حيث نرى أن معدل الذكور مرتفع نسبيًا عن معدل الإناث، فقد تم توزيع الإستبيان على (100) فرد و تظهر النتائج أن (52) فرد هم من الذكور أي ما يعادل (52%) أما الإناث فكانوا(48) فرد أي ما يعادل (48%) من أفراد العينة.

الجدول رقم (2) توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر:

	التكرار	النسبة المئوية
18-25	34	34.0
26-35	30	30.0
36-45	25	25.0
أكثرمن45	11	11.0
Total	100	100.0

يظهر الجدول رقم (2) النسب المئوية للأفراد المشاركين في عينة الدراسة حيث نجد أن الفئة العمرية بين (18–25 سنة) حصلت على النسبة الأعلى (34%) من مجموع المشاركين في الإستبيان، أما الفئة العمرية (أكثر من 45) فحصلت على النسبة المئوية الأقل حيث اشتملت النسبة على (11%)، أما الفئة العمرية التي تراوحت ببين (26– 35) فقد حصلت على نسبة (30%) أي ما يعادل (30) مبحوثاً من مجموع عينة الدراسة، والفئة العمرية التي تراوحت بين (36 – 45) حصلت على نسبة (25%) وهذا يدل على أن أعلى نسبة من المشاركين هم من الشباب الذين يهتمون بأمور التكنولوجيا.

الجدول رقم (3) توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي:

	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ثانوي	7	7.0
ثانوي	10	10.0
جامعي	83	83.0
Total	100	100.0

يُظهر الجدول رقم (3) أن المستوى الجامعي هو الطاغي فنسبة المشاركين (83%) أي ما يعادل (83) فرداً وهي نسبة مرتفعة نسبيًا، وهذا يدل على أن مستخدمي الفايسبوك ينتمون إلى الفئات المتعلّمة إلى حدّ كبير، أما المستوى الأقل من ثانوي والمستوى الثانوي فكانت النسبة قليلة، الثانوي (10%) والأقل من ثانوي نسبة (7%) .

الجدول رقم (4):

أنت تستخدم الفايسبوك ل:	نعم		كلا	
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
تطلع على أخبار الأصدقاء	78	78.0	22	22.0
تشارك باعجاب LIKE	62	62.0	38	38.0
تكتب تعليقاً	47	47.0	53	53.0
تنشر كتاباتك	29	29.0	71	71.0

يظهر لدينا أن نسبة (78%) من المشاركين في الاستبيان يستخدمون الفايسبوك للاطلاع على أخبار الأصدقاء بينما نسبة (22 %) لا يهمهم الأمر. كما يظهر أن نسبة (62 %) من المشاركين يستخدمون الفايسبوك ليشاركوا بإعجاب LIKE بينما نسبة (38%) لا يهمهم الأمر ولا يشاركون في الاعجاب.

وأن نسبة (47%) من المشاركين في الاستبيان يستخدمون الفايسبوك ليكتبوا تعليقات، بينما النسبة الكبرى (53%) لا يهمهم الأمر ولا يكتبون تعليقات. و(71%) لا تستخدمون الفايسبوك لنشر كتاباتهم، بينما النسبة الأقل (29%) تستخدم لنشر كتاباتها.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الأكثرية تستخدم الفايسبوك من أجل الاطلاع على أخبار الأصدقاء ووضع مشاركة إعجاب بينما يوجد قسم صغير يهتم بالأمور الأخرى كالكتابة والتعليقات.

الجدول رقم (5):

عندما تشارك في الفايسبوك تكتب ب:	نعم		كلا	
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
اللغة العربية الفصحى	39	39.0	60	60.0
اللغة العامية بالحرف العربي	41	41.0	58	58.0
اللغة العامية بالحرف اللاتيني	46	46.0	53	53.0
اللغة الأجنبية	47	47.0	52	52.0

يظهر لدينا في الجدول أن أكثرية المشاركين لا يكتبون باللغة العربية الفصحى، فقد بلغت نسبة المشاركين الذين يكتبون (39%) بينما النسبة الكبرى (60%) لا يكتبون. ويظهر أن نسبة الذين لا يكتبون اللغة العامية بالحرف العربي (58%) أكبر من الذين يكتبون **(41%)، وأن** نسبة الذين يكتبون باللغة العامية بالحرف اللاتيني (46%) أقل من الذين لا يكتبون (53%)، علماً أن أحد المبحوثين لم يعطِ جواباً عن السؤال.

ويشير الجدول إلى أن نسبة الذين يكتبون باللغة الأجنبية (47%) أقل من الذين لا يكتبون (52%)، ولم يجب أحد المبحوثين عن السؤال.

وهكذا نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الأكثرية ممن يشاركون الفايسبوك لا يكتبون باللغة الفصحى حيث بلغت نسبة الذين يكتبون بالفصحى (39%)، أما الأكثرية فيكتبون باللغة العامية بالحرف اللاتيني بنسبة (46%) واللغة الأجنبية (47%) واللغة العامية بالحرف العربي بنسبة (41%).

الجدول رقم (6):

برأيك، الأسباب التي تدفعك إلى الكتابة بالعامية هي:	نعم		كلا	
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
لأنها أسهل بالنسبة إليك	64	64.0	36	36.0
لأنها أسهل بالنسبة للقارئ	36	36.0	64	64.0
لأنها أكثر عفوية وتعبر بصدق	46	46.0	54	54.0
لأنك لا تتقن الفصحى	23	23.0	77	77.0

يظهر لدينا في الجدول أن الأكثرية (64%) يفضلون الكتابة باللغة العامية لأنها أسهل بالنسبة إليه أما (36%) فلايرون هذا الأمر مهماً. كما يظهر أن الأكثرية (64%) لا يستخدمون الكتابة بالعامية لأنها أسهل بالنسبة للقارئ، وأن النصف تقريباً يستخدم الكتابة بالعامية لأنها عفوية وتعبر بصدق أما النصف الأخر (54%) فلا يرى هذا الأمر. ويظهر لدينا أن أسباب الكتابة بالعامية ليس لها علاقة بعدم اتقان اللغة الفصحى حيث (77%) نفوا هذا الأمر.

من خلال الجدول أعلاه نرى أن أسباب كتابة المستخدمين باللغة العامية هي لأنها أسهل بالنسبة إليهم ولأنها تعبر بصدق وعفوية، مستبعدين تماماً عدم اتقان اللغة الفصحى أو لأنها أسهل بالنسبة للقارئ.

الجدول رقم (7):

برأيك، الأسباب التي تدفعك إلى الكتابة بالعامية مستخدماً الأحرف اللاتينية:	نعم		كلا	
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
أن غالبية الحواسيب مبرمجة باللغة الأجنبية	40	40.0	58	58.0
مواكبة الغالبية التي تستخدم اللاتينية	46	46.0	52	52.0
الشعور بالدونية في حال استخدام العربية	16	16.0	82	82.0

الأحرف اللاتينية تسهل الكتابة أكثر من العربية	32	32.0	66	66.0

يظهر لدينا في الجدول أن نسبة (40%) من الكتابة بالعامية باللغة اللاتينية لها علاقة ببرمجة الحواسيب بينما نسبة (58%) قالت لا علاقة بينهما، وأن نسبة (46%) من سبب الكتابة بالعامية بالحرف اللاتيني هي لمواكبة الغالبية التي تستخدم اللاتينية، بينما نسبة (52%) لم توافق هذا الأمر، ونسبة (82%) أجابت أن سبب الكتابة بالعامية بالأحرف اللاتينية ليس أبداً الشعور بالدونية في حال استخدام العربية، بينما نسبة (16%) فقط كان سببها الشعور بالدونية. ويبدو أن نسبة (66%) أجابت أن سبب الكتابة بالعامية بالأحرف اللاتينية ليس لها علاقة بسهولة الكتابة، بينما (32%) أجابوا أنها أسهل في الكتابة.

نلاحظ في الجداول أعلاه أن الأكثرية يستخدمون الكتابة بالعامية بالحرف اللاتيني ليس لشعورهم بالدونية من اللغة العربية، إنما النصف تقريباً لبرمجة حواسيبهم أو لأن أحرفها أسهل.

الجدول رقم (8):

في حال استخدمت الغالبية اللغة العربية بالحرف العربي، يشجع هذا على الاستغناء عن الحرف اللاتيني برأيك:

التكرار	النسبة المئوية		
41.0	41	نعم	
38.0	38	الى حد ما	
19.0	19	كلا	
98.0	98	Total	
2.0	2	System	Missing
100.0	100	Total	

يظهر لدينا أن نسبة (38%) أكدت أن في حال استخدام الغالبية الكتابة باللغة العربية تستغني عن الكتابة بالأححرف اللاتينية، بينما نسبة (19%) نفت هذا الأمر، ونسبة (38%) اختارت أنه إلى حد ما ممكن أن تؤثر.

الجدول رقم (9):

تفضل أن تقرأ ما ينشر على الفايسبوك بـ :	نعم		كلا	
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
اللغة العربية الفصحى	55	55.0	44	44.0

اللغة العامية بالحرف اللاتيني	16	16.0	83	83.0
اللغة العامية بالحرف العربي	36	36.0	63	63.0
اللغة الأجنبية	33	33.0	66	66.0

يظهر أن الأغلبية يفضلون القراءة باللغة العربية الفصحى بنسبة (55%) بينما (36%) يفضلون القراءة باللغة العامية بالحرف العربي، و(33%) يفضلون القراءة باللغة اللأجنبية، و (16%) فقط يفضلون القراءة باللغة العامية بالحرف اللاتيني.

كما تشير النتائج حسب معامل ارتباط بيرسون إلى الآتي:

- إن الأشخاص الذين يميلون للكتابة بالعامية هم أكثر ميلاً لها لسهولتها، بحيث أنها تعبر بصدق وعفوية عمّا يريده المرسل.
- هناك علاقة بين المشاركة باللغة الفصحى والكتابة بالعامية، فكلما زادت المشاركة باللغة الفصحى، قلت المشاركة باللغة العامية بالحرف اللاتيني، وكلما زادت الكتابة بالفصحى، قلت الكتابة بالأجنبية والعكس صحيح.
- هناك علاقة بين المستوى التعليمي وبين الكتابة بالعامية بالحرف العربي، فكلما ارتفع المستوى التعليمي، كثرت الكتابة بالحرف العربي، كما أنه كلما زادت الكتابة بالفصحى، قلّت الكتابة باللغة اللاتينية.
- هناك علاقة بين المستوى التعليمي وبين قراءة ما ينشر باللغة العربية الفصحى، أي كلما زاد المستوى التعليمي، ارتفع التوجه إلى قراءة ما ينشر باللغة الفصحى.
- كما هناك علاقة عكسية بين قراءة ما ينشر باللغة الفصحى وباللغة العامية. فكلما زادت الكتابة باللغة الفصحى في قراءة ما ينشر، كلما انخفضت وقلت قراءة ما ينشر باللغة العربية العامية بالحرف اللاتيني.

الخلاصة

ينقسم دارسو اللغة العربية إلى قسمين: قسم يرى أن اللغة العربية باقية ولا غبار عليها، وقسم يرثي وضع اللغة العربية ويخشون من مصير مجهول لها في عصر الاتصال الرقمي.

وهذه الخشية عبّر عنها الكثير من الكتّاب واللغويين من خلال إصداراتهم من كتب ومقالات تتناول اللغة العربية وما أصابها من خلل نتيجة تفشي الأخطاء الشائعة ودخول اللغة الأجنبية إلى لغة المتكلمين بالضاد، وخاصة الشباب منهم. كما عبّرت عنها مجامع اللغة العربية، وها هو مجمع اللغة العربية في القاهرة قد أوصى بـ "تصويب الكثير من سلبيات الأداء في وسائل الإعلام العربية وأبرزها زيادة استخدام العاميات واللهجات".

وبسبب تدهور استخدام العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، كان قد أوصى المجمع نفسه بتشجيع " الشباب على استخدام الأحرف العربية في الرسائل والتغريدات والالتزام بأسلوب لا يجافي اللغة ولا يهبط بها إلى السوقية ".

وبناء على كل ما سبق من آراء ومن نتائج، يمكن إيجاز التوصيات التي خلصت إليها الدراسة بالآتي:

1- وضع خطة جدّية لرصد الاستخدامات الخاصة بالاتصال الرقمي خاصة من قبل الشباب، وتحليلها وتفسير نتائجها لمعرفة الأسباب الفعلية التي تقف وراء مجافاتهم للغة العربية.

2- تكوين لجان وجمعيات على الفايسبوك مثل جمعية " أكتب عربي" وهي صفحة على الفايسبوك للتشجيع على الكتابة باللغة العربية، بحيث تقوم هذه الجمعيات بالدفاع عن العربية وحمايتها من هذا الغزو الذي يعتبر خطراً حقيقياً على الجيل الصاعد.

3- التوعية بضرورة حماية اللغة العربية وتحصينها مما قد يلحق بها من ضرر، خاصة أنها كما أسلفنا "الثروة المتبقية".

تجدر الإشارة في نهاية الدراسة إلى أن استخدام الكتابة في الاتصال الرقمي والتواصل عامة ينمي اللغة العربية ويحافظ عليها، بشرط أن تكون الكتابة بحروف اللغة المستخدمة نفسها. لذا يجب أن تتكاتف الجهود للحفاظ على هوية وخصوصية الحرف العربي باعتباره مكوناً أساسياً في اللغة العربية.

قائمة المصادر والمراجع

1- ابراهيم السامرائي، العربية تواجه العصر، منشورات دار الجاحظ للنشر، بغداد 1982.

2- ابن جنّي، الخصائص، تحقيق علي النجّار، مطبعة دار الكتب المصرية، ج 1 ، 1952.

3- ابن خلدون، المقدمة، دار الكتب العلمية، بيروت، ج 2 ، 1993.

4- ابن منظور، لسان العرب.

5- إميل بديع يعقوب، فقه اللغة العربية وخصائصها، دار العلم للملايين، بيروت، 1982.

6- ت. رايت، المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري، ترجمة محمد فتحي، أليسكو، تونس، 2000.

7- جابر قميحة، أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية، نادي المدينة المنورة الأدني، 1994.

8- جان جاك روسو – محاولة في أصل اللغات، ترجمة محمد محجوب، الدار التونسية للنشر، 1984.

9- جين إتشسن، اللسانيات، ترجمة عبد الكريم محمد جبل، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2016.

10- خيري خليل الجميلي، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، المكتب العلمي للكومبيوتر والنشر والتوزيع، الاسكندرية، 1999.

11- ديفيد كريستال، اللغة وشبكة المعلومات العالمية، ترجمة أحمد شفيق الخطيب، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2005.

12- سمير كبريت، اللغة العربية وإعداد رجال الإعلام، دار النهضة العربية، بيروت، 2010.

13- عاطف مدكور، علم اللغة بين التراث والمعاصرة، دار الثقافة، القاهرة، 1987.

14- عبد العزيز بن عثمان التويجري، حاضر اللغة العربية، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، الرباط، 2013.

15- عبد العزيز بن عثمان التويجري، في مسار تجديد اللغة العربية، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، الرباط، 2016.

16- عبد العزيز بن عثمان التويجري، اللغة العربية في العصر الرقمي، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، الرباط، 2019.

17- - عبد العزيز بن عثمان التويجري، مستقبل اللغة العربية، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، الرباط، 2016.

18- عبد الكريم علي جبر الدبيسي، زهير ياسين الطاهات، "دور وسائل الاتصال الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي"، مجلة الاتصال والتنمية، دار النهضة العربية، بيروت، العدد 6- ت1 2012.

19- عبير الرحباني، الإعلام الرقمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمّان، 2012.

20- فادية المليح حلواني، " لغة الإعلام العربي"، مجلة جامعة دمشق، المجلد 31، العدد 3، 2015.

21- محمد أبو الوفا عطيطو أحمد، اللغة العربية في الإعلام بين الواقع والمأمول، مكتبة الألوكة، 2015.

22- محمد أنس سرميني، اللغة العربية الفصحى في الإعلام العربي المعاصر، دار النوادر اللبنانية، بيروت، 2014.

23- محمد عبد الحميد، المدونات: الإعلام البديل، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2009.

24- محمد مبارك البنداري، "اللغة والإعلام: تأثير وسائل الإعلام في اللغة بين الواقع والطموح "، حولية كلية اللغة العربية بايتاي البارود، مكة المكرمة، العدد 29، مارس 2014.

إشكالية التلقي وتمثلات صناعة الحدث في الاتّصال الرّقْميّ

(مقاربة ابستمولوجية علائقية)

د.سهام حسن علي الشجيري

كلية الإعلام/ جامعة بغداد - العراق

مقدمة

أثبتت الكثير من الدراسات أن المتلقين يتأثرون بالمعلومات التي ترد على لسان مباشر بدرجة تفوق تأثرهم بالمعلومات التي تذكر دون اِستخدام الوسائل الداعمة للحدث، وخاصة الوثائق والصور وغيرها، وهي تتعاطى بصورة أساسية مع المألوف والسائد من تمثلات صناعة الحدث، وخاصة بعد التطور التقاني، والثّورة التكنولوجية وفي الاتّصال الرّقْميّ عموما، بعد رواج نظريات التّأثير الإعلامي وخاصة "نظرية التّأثير المعتدل لوسائل الإعلام" أو "نظرية التّأثير المحدود لوسائل الإعلام"، وكيف يمكن للمجتمع أن يبتعد عن الإيهام الذي تصنعه الكتابة الصحفية؟ وكيف يكون بمقدور الجمهور التمييز بين الواقعي والخيالي، الحقيقي والوهمي، في ظل سطوة وسائل الإعلام وهيمنتها؟ لذلك وجدنا أن "اشكالية التلقي وتمثلات صناعة الحدث في الاتّصال الرّقْميّ تحتاج لوضع مقاربة أبستمولوجية علائقية، لتحديد مسار التلقي في صناعة الحدث، إذ يعالج هذه الاشكالية باعتبارها نواة النص، في صناعة الاحداث، الذي يعد محور جدال كبير في مختلف وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وفي مختلف حقول الإعلام الإلكترونيّة، والاتّصال الرّقْميّ. وبتطور علم الإعلام، وارتباطه بمساعي المتلقي، كان لصناعة الحدث من الناحية الأبستمولوجية والعلائقية، مجالات بحثية منهجية، لتبيان أهم الانزلاقات المعرفية والثّقافيّة التي وقعت فيها وسائل الإعلام المختلفة في هذه المساعي، وكذلك توضيح الأسباب التي جعلت وسائل الاتّصال الرّقْميّ تعتمد على أطر التلقي وتمثلاته في صناعة الحدث، وتفسير آلية التلقي للمفاهيم والمصطلحات التي تم توظيفها في الخطاب الإعلامي على الرّغم من النسبية التي يعاني منها، ورصد التمثلات التي تصنع الحدث بأنماط معرفية مصاغة ومتقاسمة إعلاميا واجتماعيا، وتحمل رؤية ملموسة، تطبيقية تسعى لبناء واقع أو حقيقة خاصة بمجموعة اِجتماعيّة جد محددة، وتقديمنا للحلول اللازمة لتجاوز هذه الاشكالية

بالسعي لتطوير آليات التلقي. وكما هو معروف فإن تلك الاشكالية يتغير توظيفها بتغير السياق الدلالي، خاصة إذا علمنا أن هذا الحقل المعرفي في بحث اشكالية التلقي يشهد تحولات في أطره المعرفية المرتبطة أساسا بتنامي ظواهر الاتّصال الرّقْميّ وعلاقته بصناعة الحدث الذي تشهده المجتمعات، ومن هنا بات من الضروري البحث عن قواعد لإرساء أسس علمية وفق مقاربة أبستمولوجية وعلائقية لأجل ضبطه في بحوث الإعلام والاتّصال، والتي تعد غير مكتملة من الناحية المنهجية إن لم يتم تحديد تلك الاشكالية تحديدا سليما خدمة للبحث العلمي الإعلامي.

أولاً: أهمية البحث والحاجة إليه:

تنبع أهمية هذا البحث من عدة عوامل مترابطة، وذلك على النحو الآتي:

1- يعد البحث محاولة بحثية للتعرف على إشكالية التلقي وتمثلات صناعة الحدث في الاتّصال الرّقْميّ وفق مقاربة أبستمولوجيا علائقية للقضايا المعنية بالمتلقي، وكيفية صناعة الحدث والأساليب والوسائل المتعقلة في الاتّصال الرّقْميّ.

2- ارتباطه بصناعة الاحداث وفق رغبة أو متابعة المتلقي، لتوظيف الاتّصال الرّقْميّ، ولأغراض متابعة مسار الحدث وتمثلاته في الخطاب الإعلامي.

3- تتأكد أهمية البحث من واقع أهمية الوقوف على اشكالية التلقي ومساحات تأثيرها بما يتلاءم ومعطيات الأساليب والوسائل، وهو ما يمنحنا فرصة لفهم الآليات التي استند إليها المتلقي في صناعة الحدث من أجل الوصول إلى فهم أكبر لفهم تلك الاشكالية.

4- إستقراء الخصائص المهمة التي يتبناها المتلقي من صناعة الحدث.

5- إظهار دور الاتّصال الرّقْميّ في تمثلات صناعة الحدث، والتركيز على المقاربة المتبعة، بعدّها أدوات ملائمة علائقية تعنى بالتلقي.

ثانياً: مشكلة البحث:

تحددت مشكلة البحث وفقا للمعايير العلمية بالتساؤلات الآتية:

1- ما الحاجة لعرض وتفسير ما يتعلق بإشكالية التلقي وعلاقته بالاتّصال الرّقْميّ؟

2- كيف يمكن التنظير لرصد تمثلات صناعة الحدث في الاتّصال الرّقْميّ؟

3- كيف يمكن الاتفاق على توضيح آليات التلقي في الاتّصال الرّقْميّ؟

4- كيف يتم رصد إشكالية التلقي؟

5- ما أبرز تمثلات الحدث في الاتّصال الرّقْميّ؟

6- ما محددات صناعة الحدث؟

7- ما العلاقة بين التلقي وصناعة الحدث في الاتّصال الرّقْميّ؟

8- ما التفسير الأبستمولوجي بين التلقي وصناعة الحدث؟

ثالثاً: هدف البحث:

يستهدف البحث التّعرُّف إلى الاسس التي يتم من خلالها صناعة الحدث، بما يتلاءم وتمثلاته، وعلاقته بالاتّصال الرّقْميّ، لذلك يتحدد هدف البحث في الإجابة عن التساؤلات التي طرحتها المشكلة وكالاتي:

1- رصد الحاجة لعرض وتفسير ما يتعلق بإشكالية التلقي وعلاقته بالاتّصال الرّقْميّ.

2- أمكانية التنظير لرصد تمثلات صناعة الحدث في الاتّصال الرّقْميّ.

3- أمكانية الاتفاق على توضيح آليات التلقي في الاتّصال الرّقْميّ.

4- معرفة رصد إشكالية التلقي.

5- الكشف عن أبرز تمثلات الحدث في الاتّصال الرّقْميّ.

6- اختيار محددات صناعة الحدث.

7- الكشف عن العلاقة بين التلقي وصناعة الحدث في الاتّصال الرّقْميّ.

8- التعريف بالتفسيرات الأبستمولوجية بين التلقي وصناعة الحدث.

رابعاً: منهج البحث:

ينتمي البحث إلى البحوث الوصفية النظرية التي تسعى إلى وصف المحتوى الظاهر للرسالة الاتّصالية والكشف عنها، والاستدلال على الأبعاد المختلفة للظاهرة الاتّصالية، للوصول إلى نتائج نظرية تفسيرية دقيقة ومفيدة في مجال إثراء الدراسات البحثية الوصفية المقدّمة التي تعتمد على التحليل النظري في كشف أبعاد القضايا محل البحث، مع وصف مضمونها ووسائلها وأساليبها، وهذا المنهج يمثل جهداً علمياً منظماً يساعد على الحصول على البيانات والمعلومات عن الظّاهرة موضوع البحث كونها تعبر عن إشكالية التلقي، ووضع محاولات لتمثلات صناعة الحدث في الاتّصال الرّقْميّ من خلال الاهتمام بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بموضوع البحث.

خامساً: تحديد المفاهيم والمصطلحات:

1- التلقي:(Reception) هو فعل تلقّى أو تسلم الرسالة الإعلامية، ويتم في نهاية كل عملية اتصالية كاملة يمكن أن تؤدي وظيفة اِجتماعيّة وثقافية، والمتلقي هنا هو مستقبل الرسالة وهدفها، إذ يعمل المرسل كل ما بوسعه بهدف التّأثير في المستقبل وجعله يتفاعل مع الرسالة الاتّصالية التي يجب ان تعد بشكل يدفع الجمهور المستهدف الى التعاطف والتفاعل معها تمهيدا لإقناعه بمضمونها، فإن نجح المرسل في ذلك يكون قد حقق الهدف من الاتّصال برمته، وإن فشل تفشل العملية الاتّصالية بأكملها

2- التمثلات: تعرّف بأنّها "أنماط معرفية مصاغة ومتقاسمة إعلاميا واجتماعيا تحمل رؤية ملموسة، تطبيقية تسعى لبناء واقع أو حقيقة خاصة بمجموعة اِجتماعيّة جد محددة" والتمثل: لغوياً: تَمثل الشيء: ضربه مثلاً والتَمثال بالفتح والتمثِيل بالكسر: الصورة، ومثله له تمثيلاً: صورة له حتى كأنه ينظر اليه، وامتثاله هو تصوره. واصطلاحاً: تمثل الشيء تصور مثاله ومنه التمثل وهو حصول صورة الشيء في الذهن أو ادراك المضمون المشخص لكل فعل ذهني، أو تصور المثال الذي ينوب عن الشيء ويقوم مقاله. كما أن التمثل: مصطلح يدل على عملية سيكولوجية غير واعية يميل الإنسان من خلالها الى التشبه بإنسان أخر، ويحدث التمثل أو التماهي عندما يتعاطف القارئ أو المتفرج ويتمثل نفسه بالشخصية المعروضة أو الممثل الذي يندمج بشكل كلي في الشخصية، أن التمثل بالبطل هو ظاهرة تنبع من اللاشعور والبحث عن المتعة الفنية، وهذا ما يؤكده فرويد ذاته حين اعتبر أن التمثل بالشخصية/ البطل إحدى خصائص المتعة والاتّصال، اما أشكال التمثل فهي عديدة ومرتبطة بالنوع الفني ويدور في الغالب حول شخصية محددة من خلال التعاطف معها.

3- صناعة الحدث: القيام بدور أساسي في صياغة الصورة الذهنية المحركة لمختلف الموضوعات، بمعنى تشكيل صورة الحدث وتأثيراته في الرأي العام ورصد تحولاتها والتركيز على تحليلها.

4- الاتّصال الرّقْميّ: هو القدرة على خلق الاتّصال الفعال من مختلف الوسائل الرّقْميّة مثل الاتّصال من خلال الكمبيوتر، أو الاتّصال بمساعدة الكمبيوتر، أو الاتّصال القائم على الكمبيوتر من دون التعمق في الإبعاد الإنسانية والاِجتماعيّة لهذا المفهوم من الاتّصال، وتبادل معلومات بين أفراد أو جهات بوسائل نقل مختلفة كالأمواج الصوتية والضوئية والكهرومغناطيسية.

ان المنهج الذي يستخدم في دراسات الجمهور هو المنهج القائم على أدوات قادرة على ضبط وتفكيك ظاهرة معقدة تبدأ باستهلاك الرسائل والمضامين ثم تفسيرها وتقييم الشروط التي تمت فيها عملية التلقي، وتشمل السيرورة (قبل وفي أثناءِ، وبعد) الفعل الاتّصالي، واذا كانت التقنيات القائمة على الاحصاء وسير الآراء تفيد في تأطير البحوث وتحديد مجتمع البحث والكشف عن بعض الممارسات الثّقافيّة، فإنها تظل غير كافية ولا تغوص في فعل التلقي، ومن هنا تأتي أهمية الاستئناس بأدوات أخرى والتركيز على الجوانب الكيفية منها: الملاحظة عن بعد، والملاحظة بالمشاركة والمناقشات الجماعية والمقابلات والاستبيانات الشخصية. ان دراسة التلقي القائمة على طرق تفسير الاشكال والمحتويات تبين بأن تفاعل القراء مع الرسائل الإعلامية أمر له دلالته، ويمكن استخلاص نتيجة اساسية مفادها أن الجمهور يبني هويته في

لحظة لقائه مع "نص" إعلامي وان معنى هذا النص لا ينتمي بشكل كلي للنص ذاته، بعبارة اوضح إن التلقي ليس الاستهلاك السلبي للمعاني والدلالات التي تم بناؤها مسبقا، ذلك أن المتلقي هو في أغلب الاحيان فرد نشط وفاعل اجتماعيا، يتقاسم بعض الموارد الثّقافيّة مع اعضاء الجماعة التي ينتمي إليها.

ووفق تساؤلات البحث، شطرت الباحثة هذه الاسئلة الى ثلاثة محاور تجيب عنها وهي:

أ- الحاجة لعرض وتفسير ما يتعلق بإشكالية التلقي وعلاقته بالاتّصال الرّقْميّ:

إن الذات الشبكية والتطور الذي عرفه التطور التقني وتطور البيئة الاتّصالية الجديدة والرّقْميّة في هذا العصر، يتطلب عرض وتفسير ما يتعلق بإشكالية التلقي وعلاقته بالاتّصال الرّقْميّ، والتأكيد على وجود حدود غير فاصلة بين هذه الإشكالية وحقلها الابداعي والمعرفي والحقول المعرفية الأخرى المرتبطة بالخطاب الإعلامي، فمجال هذا الحقل غير مرتبط فقط بعرض وتفسير اشكالية التلقي، ذات العلاقة المباشرة بوسائل الإعلام الجماهيري عموما والاتّصال الرّقْميّ خاصة، بل أيضا لا بد من الاهتمام داخله بالموضوعات الإنسانية والإجتماعيّة، التي لها علاقة بدراسة سلوكيات الأفراد والمجتمعات، لذلك نجد أن اشكالية التلقي في علوم الإعلام والاتّصال من ظهورها الأول ارتبطت بالعلوم الإنسانية والإجتماعيّة التي أصبحت لا تكاد تنفصل عليها، إذ يلج المستخدم إلى الفضاء التواصلي الرّقْميّ عبر أنماط متعددة من البوابات التي توفرها أدوات المعلومات والاتّصالات، ومن مداخل متنوعة، تتوزع بين المنزل، وقاعات الدرس، وأماكن العمل، واماكن عامة أخرى توفر له فرصة الوصول الى فضاء الإنترنت، ومنصات تطبيقاته بمجال التواصل الإجتماعيّ، وتؤدي البوابات دورا مهما في توفير المناخ المناسب لعمليات الاتّصال والتواصل الرّقْميّ، كما أن النظم البرمجية الموجودة فيها، توفر أوساطا بينية مختلفة، لضمان جذب المستخدم نحو الدخول من نوافذها إلى فضائه الاتّصالي. فالمتلقي هو المستهدف الاول في العملية الاتّصالية، كما ان التطور الذي شهدته التكنولوجيات الحديثة لوسائل الإعلام والاتّصال لم تؤثر في صناعة المحتوى فحسب، بل طال تأثيرها تلقي المادة الثّقافيّة والفنية التي تنتجها هذه الوسائط، وهذا ما تكشفه الابتكارات التكنولوجية والفنية.

ويرى الباحث الفرنسي "ارموند ماتلار" أن الاقتناع بقوة وسائل الإعلام ومقدرتها على "صناعة" الأحداث ومحوها برز في وقت مبكر جداً من تاريخ وسائل الاتّصال الجماهيري، وقد رسخته الحرب أكثر، وقد نتج عن هذا الأمر إعطاء شرعية لمراقبة وسائل الإعلام، وهي الشرعية ذاتها التي تستخدمها السلطات المختصة لتبرير الإجراءات التي تتخذها للحد من نشاط وسائل الإعلام في كل نزاع مسلح، وهذا انطلاقا من الأحداث التي أثر فيها الرأي العام على مجرى العمليات العسكرية. وعليه فإن الحرب أعطت الجيوش شرعية "التحكم" في وسائل الإعلام، فاستخدمتها سواء لإظهار هذا الحدث البارز في يوميات الحرب أو للتستر على ذاك الحدث، أو لسحب الأنظار عنه، وغاية هذا التحكم في وسائل الإعلام لا تقف عند حد "غربلة الأخبار والمعلومات" بل تمتد للسيطرة على صورة الحرب في خيال جمهور وسائل الإعلام، سواء بتحوير الأرضية التي يغطيها مفهوم الحرب، أو بإخفاء أهدافها الحقيقية وإظهارها بأنها ضرورية لبلوغ بعض المثل الإنسانية، لنأخذ مثلاً حرب الخليج التي كانت

كما نعلم فرصة لظهور تلاعبات إعلاميّة خيالية وعمليات رقابة عجيبة تكاد لا تصدق بحيث باتت مثالاً حقيقياً للخطاب الدعائي، وهذا لم يتم باعتماد مبدأ الرقابة الاستبدادية التعسفية، لم تقل وسائل الإعلام: "هنالك حرب سوف تبدأ وسوف لن نعرضها عليكم، على العكس قالوا: سوف تشاهدون الحرب في بث مباشر" وعرضوا صوراً من الكثرة، وأعتقد الجميع أنهم رأوا الحرب إلى أن أدركوا أنهم في الحقيقة لم يروها، وأن هذه الصور كانت قناعاً أخفى الصمت، أي أن تلك الصور كانت غالباً صوراً كاذبة، مركبة، كانت طعماً لاصطيادهم، كانت تلك الصور في الواقع تخفي الحرب إلى درجة أن جان بروديارد ألف كتاباً أسماه "حرب الخليج لم تقع".

والواقع ان قياس جمهور الإنترنت يقوم على مفارقة اساسية، فهو من جهة الوسيط الذي يلائم أكثر لمعرفة جمهوره، ذلك ان المستخدم على الخط يترك بصمات كثيرة، لكنه من جهة أخرى الوسيط الاكثر تعقيدا للقياس، بسبب عدم استقرار المستخدمين مما يقتضي العمل على تحيين الدراسة والقياس بصفة دورية، ومن جهة أخرى يشكّل الطابع الدُّوَلي لجمهور الإنترنت إحدى الصعوبات التي تواجه الدراسين، وهذا خلافا لجمهور الوسائط الاخرى (الصحافة، الإذاعة والتلفزيون) الامر الذي يجعل قياس جمهور الإنترنت مسألة في غاية الصعوبة. لذلك يجب ايجاد حلول ومعالجات لإشكالية التلقي في أن تكون مرتبطة أساسا بالمجالات المعرفية المختلفة خاصة العلوم الإنسانية والاِجتماعيّة، ونظرا للمرحلة الحرجة التي يمر بها الخطاب الإعلامي، حاليا والذي يشهد ضعفا في الاعتماد على معايير الابتكار والإبداع، مما يضطر البحث الإعلامي في كثير من الأحيان إلى تفسير حدود هذا النوع من البحوث من خلال تحديد تلك الاشكالية في الاتّصال الرّقْميّ والذي كان له السبق في مختلف الميادين التكنولوجية والعلمية والفكرية والفلسفية، وبالتالي فإن أغلب التفسيرات تتعلق بتمثلات صناعة الحدث.

والظاهر أن تلك الاشكالية ارتبطت بصناعة الحدث وفق المصطلحات العربية في مجال البحث العلمي وفي علوم الإعلام والاتّصال الرّقْميّ، إذ غلب عليها طابع الارتجالية والعفوية التي ترتب عنها نتائج سلبية على هذا الميدان البحثي المهم فيما يرتبط بالأحداث، ويتطرق للموضوعات المختلفة، كما غلب على تلك الاشكالية العفوية والعشوائية الذي عوض أن يكون مساعدا لفهم حدود هذا الحقل المعرفي وموضوعاته وخصائصه، أصبح في حد ذاته عائقا يحتاج إلى أن تفك شفراته، حيث أصبحت تلك الاشكالية عقبة في وجه الباحث الإعلامي مهما تقدمت دراساته، بحكم ارتباطها بالاتّصال الرّقْميّ، إذ إنها عوض أن تكون عاملا مساعدا لتمثلات صناعة الحدث، أصبحت نفسها العائق الذي يجب تجاوزه، وهذا ما يؤدي إلى اخفاق الخطاب الإعلامي، إن لم يكن سببا وجيها في نفور المتلقي حين يتم صناعة الحدث في الاتّصال الرّقْميّ بميزات عشوائية فوضوية، كما ارجع بعضهم هذه الفوضى والاضطرابات التي تصاحب الحدث إلى الافتقار الى الخبرة الصحافية، وبالتالي فهو أمر طبيعي لأنها في مرحلة إرساء القواعد والأسس، للخطاب الافتراضي، ففي هذه المرحلة تشهد المصطلحات الإعلامية حربا متبادلة في اِستخدامها، وبأن وسائل الإعلام تمر "بفترة تأرجح وغموض تؤدي إلى ترادف وخلط كبيرين"، وبالتالي لا يزال الخلل الكبير في متبنيات التلقي وارتباطه بإشكالات التعرض لصناعة الحدث في الإعلام والاتّصال الرّقْميّ، كما يعاني من مشكلة تأسيس "مصطلحات ثابتة".

لقد اثارت العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع اهتمام باحثين ومفكرين ينتمون الى مختلف الحقول المعرفية، ويوضح لازرسفيلد وبيرسون (Bernard Berelson)، بأن الافراد يتعرضون إلى الرسائل الإعلامية بشكل انتقائي، ويقدمون قراءة لهذه الرسائل حسب وضعيتهم الإِجتماعيّة وظروفهم المعيشية، يدركون أولا ما يعجبهم ويرفضون ما يزعجهم، ويتقبلون الرسائل التي لا تتعارض مع قيمهم وأحاسيسهم وتوقعاتهم، بعبارة أوضح تخضع عملية تأثير الرسائل إلى التخفيف من آثارها بوِساطة عمليات انتقائية عمادها الانتباه، والذاكرة، ويتوقف ذلك على متغيرات ومواقف واستعدادات الافراد، ويلعب السن، التاريخ العائلي، والانتماء السياسي دورا أساسيا في هذه العملية، فالإعلام هو العملية التي يتفاعل بمقتضاها المرسل والمتلقي في مضامين اِجتماعيّة معينة، أي أن مكوناته تتفاعل بشكل ديناميكي، وهي ليست ثابتة وأي تغيير يطرأ على جانب يؤدي إلى حدوث تعديلات في الجوانب الأخرى، فللسياق الاِجتماعيّ دور في اِستخدام المعلومات, وتفسيرها وإدراجها أو عدم إدراجها في الوعي. ومع دخولنا عصر الإلكترون وشبكات الاتّصال انكفأت المرجعيات التقليدية وحلت اللامركزية، أصبح المجتمع المولود حديثاً ينتظم حول الشّبكات بعدما كان منتظماً حول هرمية السلطات، تراجع دور دولة العناية التي كانت ترعى الشباب وتخفف من انعكاس أزمة النظام الإقتصاديّ الحر عليهم، خف دور الوسطاء وبالأخص الأحزاب التي كانت تشكل قطباً جاذباً لحيوية ونشاط الشباب، وبهتت الأيديولوجيات السياسية التي كانت تشغل تفكيرهم وتحاكيهم في طموحاتهم وأحلامهم واستبدلت بها أيديولوجيا الاتّصال الحاملة لأساطير تغري في العديد منها الشباب، وابرزها:

1- أسطورة "التقدم" الذي قيل إنه أصبح حقيقة ولا يمكن إيقافه، نتج عن ذلك قلق لدى شبابنا من أن يكونوا متأخرين عن مقاييس التقدم العالميّة "عن اختراع، نسبة، موضة، دواء".

2- أسطورة "التقنية" التي تعمل على تركيز الفكر على إلـ "كيف" لتخفي السؤال "لماذا" "بدلاً من التساؤل مثلا عن أسباب ونتائج العنف على التلفزيون, تجعلنا التقنية نعتقد أن الحل هو بابتكار زر إلكتروني ينبهنا إلى المشاهد المؤذية" ينتج عن هذه الأسطورة إسكات الناس غير المختصين أي غالبية المواطنين.

3- "السرعة والآنية" كل من يتحرك سريعاً يتقدم، يؤدي هذا الإيمان بالسرعة إلى قبول الشباب كلية بكل التطورات الحديثة "يجب الركض وأخذ القطار بسرعة وهو يمشي" غير أن عبادة السرعة هذه تولد لديهم نفاد الصبر وعدم متابعة الأمور.

4- "أسطورة" روح العصر" يسهل استدعاؤها من قبل وسائل الإعلام لإخضاع الفرد لمتطلبات الحداثة، وبالتالي لمتطلبات الاستهلاك، لكن من يقرر ما العصر؟ من بين ملايين الوقائع التي تحصل في اللحظة نفسها، من يحدد ما وقائع العصر؟ في الحقيقة، العصر هو بناء سينوغرافي، وما نسميه حدثاً هو ثمرة انتقاء ومسرحة اعتباطية قام بها الإعلاميون تبعاً لفكرة مسبقة لديهم عن العصر، من يقرر مثلاً أن شخصية ما سوف تصبح شخصية الأسبوع أو الشهر أو العام.

5- "أسطورة "الاتّصال" الذي أصبح حقيقة تجيب عن حاجات الشعوب وأصبح في أساس كل نجاح مهني أو عاطفي أو فني أو سياسي. لذا أهمية تعلم الاتّصال تفادياً للإخفاق، نتج عن ذلك

أسطورة "الإنسان المتصل" الذي لم يعد مهماً أن يتحدد من خلال عائلته أو غرائزه وانفعالاته، بل أصبح يتحدد بجزء كبير من الخارج، من خلال مقدرته كفرد موصول بأنظمة اتصالية عديدة على جمع وتحليل ومعالجة الإعلام والمعلومات التي هو بحاجة إليها كي يعيش، نتج عن ذلك أن علاقة الشباب مع الوقت والمكان قد أختلت بسبب الانفتاح على الآنية المستمرة والإمحاء التدريجي للمعالم المكانية "الساحة العامة، الشارع، المحلة" الأمكنة المميزة للبناء الإِجتماعيّ، للمواجهة مع الآخرين وللتمفصل ما بين الإِجتماعيّ والإِقتصاديّ.

6- التفاعل داخل "الملتميديا" الذي أصبح يترجم بتفاعل الإنسان وحيداً مع شاشته، مع المعطيات الموضوعة أمامه من قبل الطرف الآخر من الشبكة، مع النظراء والمختصين والخبراء، وتكون النتيجة غياباً شبه كامل للعلاقات التّفاعليّة العلائقية بين المواطنين الجديرة بتقوية الروابط الإِجتماعيّة، من هنا نجد انكفاء الشباب نحو ذواتهم، لا مبالاتهم، عبثتيهم وارتيادهم المكثف لمقاهي الـ "netwrok" وأحياناً نحو تعبيرات دلالية مضادة تترجم بفورة موسيقى الروك، العودة إلى كاريزمات الدين والسياسة، عروض الرسم التجريدي، الرياضة، الإغراءات الشهوانية للإعلان وجميعها طرق للعودة إلى الجسد المطرود من الاتّصال الرّقْميّ.

هذه الأساطير كونت نظاماً عالميّاً، قوته أن مختلف مكوناته لا تكف عن الترابط وعن مساندة بعضها البعض، فإذا ضعفت إحداها حلت محلها الأخرى، إذا شككنا في مجتمع الاستهلاك سوف نتابع الاعتقاد بيقينية التطور التقني، وإذا تخوفنا من "الميديا" ترانا نحتفظ بالصورة الشاملة للحداثة التي تنقلها لنا، نرثي العولمة ونقف مبهورين أمام هذا الاتّصال الرائع الذي يوحد الكرة الأرضية، لقد بدأت (الهوية الرّقْميّة) تتسلل الى ساحة الهوية الإِجتماعيّة التقليدية، فأصبحت تشكل دافعا إضافيا للممارسات الإِجتماعيّة التي تسود في بيئة شبكات التواصل الإِجتماعيّ، فأصبح المرء يترجح بين ولاءين، ولاء يربطه إلى النسيج الإِجتماعيّ الذي ترعرع فيه منذ نعومة أظفاره، وولاء يشده إلى جماعة متخيلة التحق بفضائها الرّقْميّ وأصبحت جزءا لا يتجزأ من ذاته الرّقْميّة التي تحضر على التوازي مع ذاته الاصيلة.

وعليه فقد اصبح بإمكان اي شخص ان ينفتح على العالم بأكمله، دون حواجز أو مثبطات، لان ما حدث اليوم من ثورة حقيقية في عالم الاتّصال، وما ظهر فيه من تقنيات عالية متجددة، جعل للاتصال وظائف جديدة لم تكن في متناول الفكر الإعلامي من قبل، إذ لم يعد يقتصر على نقل الحدث فقط، بل وصياغة القرار، واقتراح الاوجه الممكنة في الخبر، حتى يتمكن المتتبع من المشاركة والادلاء برأيه ومواقفه، ولا أدل على ذلك من بعض البرامج التي تذاع على القنوات العالميّة مثل: برنامج "مراسلون" وغيره الذي يبث على قناة الجزيرة الاخبارية"، مما يؤكد الاتفاق على الدور المتعاظم والمتطور الذي تحققه العملية الاتّصالية في شكلها ونموذجها الحديث، وفي تعاملها مع شعوب العالم ودوله وأحداثه. وبذلك تطورت وسائل الإعلام من دور التبليغ بين الجماعات المنظمة، ثم الى دور التبليغ الجماعي بوساطة وسائل الإعلام الجماهيري، وشهد القرن العشرون تطورا هائلا في وسائل الإعلام الجماهيري، مثل الكتاب، والصحافة، والاذاعة، والتلفاز، والحاسوب، ويعيش الناس منذ سبعينيات القرن العشرين ثورة الاتّصال الجماهيري، لكن ما يجب التأكيد عليه عند مقاربة الجمهور ضرورة التخلي عن

الاحكام المسبقة النمطية والجاهزة، والتعامل بحذر شديد مع العناصر التي يقترحها الجمهور عن موقفه وردود افعاله وتفسيراته من اجل الفهم المنهجي الدقيق لعملية التلقي، وكشفت الدراسات التي اجريت على تفاعلات الإستقبال الجماهيري الى ان الناس لا يستسلمون لكل ما تبثه الوسائل الإعلامية في عقولهم بسلبية مطلقة، كما كان يعتقد، بل إن الافراد يتفاعلون بأشكال وأساليب متنوعة وبطرق ابتكارية خلاقة ويقدمون تفسيراتهم للمضامين التي تحملها هذه الوسائل انطلاقا من مرجعياتهم الثّقافيّة لذلك فإن نظرية الإستخدامات والاشباعات مثلا، قد نقلت حقل الدراسات من المفهوم السلبي للجمهور، الى المفهوم الايجابي، القائم على إدراك أن أعضاء هذا الجمهور هم أناس فاعلون ينتقون المضامين والرسائل وفق رغباتهم، ولم تحصر موضوع التّأثير في مضمون المادة الإعلامية، بل ادرجت السياق الاتّصالي برمته، ذلك منبع الإشباعات التي يحصل عليها المتلقي من الإعلام قد يتعلق بالمضمون الخاص للرسالة، او بالتعرض للوسيلة الإعلامية بحد ذاته أو بالوضعية الاتّصالية الخاصة المرتبطة بوسيلة إعلاميّة ما، وعملية التلقي هنا هي دائما محكومة بمواقف ثلاثة تتوزع على الجمهور: الرفض, التفاوض, والتملك، ومن شروط التعرض للوسيلة الإعلامية:

1- الإتاحة بمعنى توفر الوسيلة كأساس لفاعليتها.

2- مستوى التعليم، فارتفاع مستوى التعليم يساعد على القراءة، بينما تدني مستواه يساعد على الاستماع الإذاعي.

3- التعرض المتباين لكل وسيلة على حدة.

4- ثقة الجمهور عامل هام في مصداقية الرسالة الإعلامية.

5- تيسير الاتّصال: اي تيسير الوصول للحدث، في مدة وجيزة، والانفتاح على العالم الخارجي، بل ونقل ذلك العالم بكل أحداثه المعقدة والمتلاطمة إليه، ويتجلى ذلك في قصر المدة التي يقطعها الفرد العادي لمشاهدة الخبر في التلفاز، وبرامج الاذاعات العالميّة، أو تصفح الجرائد والمجلات، وبخاصة في اوقات الازمات العالميّة المتواصلة، ثم تقليب صفحات الإنترنت، وزيارة المواقع المختلفة على الشبكة الدُّوَلية، لمعرفة المزيد من احوال العالم الذي يعيش فيه، بعد أن كان ذلك يكلف الايام الطوال.

وعليه فإن اهتمام الدراسات التي تبحث في جماليات التلقي بعمليتي الارسال والتلقي، قائم من إدراك أن الإرسال لن يكون فعلا دون الاخذ في الاعتبار دور المتلقي، كما ان فعل التلقي لا يمكن استيعابه دون الرجوع الى عملية الإرسال، ذلك ان التحليل الدقيق للمنتجات الثّقافيّة وجذور تكوينها ونشأتها، يفترض إتباع مقاربة تولي عناية للمرحلتين: الإنتاج والتلقي، او بعبارة أوضح البحث عن نموذج يأخذ بعين الاعتبار كل من جماليات الإرسال والتلقي، وهذا ما تسعى إلى تجسيده نظرية الإنتاج والتلقي التي تعمل على تقسيم عملية التشكيل والتفسير الدلالي بين ضرورات الإنتاج والتلقي، دون تجاهل طرف للآخر، ومن هنا يتعين على الباحث الكشف عن الكيفية التي تم بها إنتاج المادة الثّقافيّة بنفس القدر الذي يبحث في عملية التلقي، وبعبارة أوضح لا يجب الفصل بين العنصرين الإرسال والتلقي.

ب- التنظير لرصد تمثلات صناعة الحدث في الاتّصال الرّقْميّ:

عادة ما تتحدد تمثلات صناعة الحدث في الاتّصال الرّقْميّ، بشروط معينة قبل وضعها في الصياغات المهنية، إذ تعد مفردات تلك التمثلاث تعبير يتميز عن باقي المفردات العادية الأخرى، فهناك شروط محددة لصناعة الحدث للمتلقي، وذلك بربط الدلالة الاِصطلاحيّة بالدلالة اللغويّة، حتى يسهل توضيح الدلالة العامة من تحديده، فصناعة الحدث في الاتّصال الرّقْميّ يعاني من عدة عوائق من بينها:

1- عائق تمثلات تحديد المعاني: فالمعاني هي الصورة الموجودة في الاذهان للأشياء الموجودة في الاعيان، والتمثل هو كيفية إدراك تلك المعاني، والصناعة فعل توليد المعنى الذهني من الحدث العيني، وإن هذا العائق بالذات أدى بالباحث الإعلامي أن يقع في عفوية وضع معانٍ لا تقترن بمبادئ منهجية دقيقة، وقد أدت هذه الحالة إلى كثير من النتائج السلبية في مقدمتها الاضطراب الذي يصيب الخطاب الإعلامي، وخاصة في مجال محاولة تفكيك كيفيات التمثل لتبين أساليب صناعة الحدث تصورا وصدقا، هذا هو المستوى الأول الذي نستلهمه من اشكالية التلقي، والمستوى الثاني مستقى من اشكالية التلقي ايضا، ولكنه يصور درجة غير الاولى في إدراك مخالف لفهم تلك الاشكالية.

2- عائق الحدث نفسه: إن الأنساق الموضوعاتية غير متكافئة بين مختلف الموضوعات المتناقضة، خاصة من حيث التطابق المهني والاحترافي فيما بين وسائل الاتّصال الرّقْميّ، لذلك يجد الباحث الإعلامي، صعوبة في ضبط هذا العائق.

3- عائق المصطلح التقني: يعد هذا العائق من بين أبرز العوائق التي تقف أمام الباحث الإعلامي العربي في ترجمة بعض المصطلحات التقنية بما يتلاءم مع البحوث الإعلامية المختلفة، خاصة المصطلحات التقنية الحديثة، وفق صناعة الحدث.

4- عائق صناعة الحدث: أي من يصنع الحدث الإعلامي؟ ومن يتصدى له؟ إذ إن ثقافة المواجهة تعني حيازة الاليات والامكانات التي من شأنها تنمية وتعزيز تمثلات الرأي العام به، فضلا عن ضرورة حيازة الامكانات الفنية واللوجستية، وحتى اختيار المجال واللغة والجمهور لكي تكون الرسالة بخبرها وتقريرها وتحقيقها وصورها مؤثرة الى حدٍ ما، وقادرة على فرض آلية المشاهدة، أو حتى فضح الإعلام المضاد الذي بات يوظَف من قبل القنوات الموجّهة لأغراض الدعاية، ولإحداث الشروخ والارباك عند الجمهور للتأثير في مواقفه ومعنوياته.

إن كل هذه العوائق المذكورة جعلت اشكالية التلقي وتمثلات صناعة الحدث في الاتّصال الرّقْميّ يعيش فوضى كبيرة في متبنيات التلقي وضبطه، إذ ان دراسة التلقي للخطاب الإعلامي قائمة على فهم طبيعة وخصوصية الخطاب، ومن ثم فهي مشروطة بمجموعة من العوامل: نظام المعنى وهو نظام كلي يجمع الصورة والمعنى وكل ما يحيط بهما من شروط، فالمعاني لا تتوقف فقط على هذه البرامج، بل ترتبط أيضا بما يحيط بها من ظروف وعوامل، وبما يمكن للمرسل أن يضيفه، علما أن الرسالة سواء كانت نصية او تلفزيونية لا تقرأ فقط كخطاب كلي يجمع الصورة والمعنى، ولا يمكن الحديث عن واقع واحد لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، بل هناك وقائع عديدة، فالتلفزيون كوسيلة إعلامية، إعلانية، إخبارية،

ترفيهية...الخ لا يعبر عن واقع وحقيقة واحدة، بل يحمل عدة آراء وافكار، ردود أفعال، تخمينات، تصورات...الخ.

وتصنف الخطابات وفق هذه العوائق الى ثلاثة معايير أساسية: الموضوع، والبنية، والغرض التواصلي، فبحسب موضوعاتها تنقسم الخطابات إلى خطاب ديني، وآخر سياسي، وثالث أيديولوجي، ورابع ثقافي، وغيرها من أنواع الخطابات المرتبطة بالموضوعات المطروحة في مادتها، وتسهم البنية اللغويّة في طرح أنماط متنوعة من الخطابات الفنية، والابداعية، والادبية، أما من حيث الغرض التواصلي فتبرز أمامنا عدة أنواع من الخطابات، منها: الخطاب السردي، والخطاب الوصفي، والخطاب الحجاجي، والخطاب التعليمي، والخطاب الترفيهي، وغير ذلك، ويمكن أن يكون الخطاب حوارا ثنائيا، أو اجتماعيا، أو حوارا مجردا لا يواجهه المرء إلا لنفسه، فيكون حوارا مع الذات، ويعد كل خطاب نموذجا ذهنيا يشارك في إنشائه كل من المنتج والمتلقي، ويتسم بالجزئية لأنه لا يعبر إلا عن جزء متقطع من الواقع يتناسب مع غاية الخطاب، كما ويتصف بصيرورة تفرضها كل مرحلة من مراحل التواصل مع الآخر، ولما كان التواصل غاية اساسية للخطاب، فيتحتم تواصل مشاركين، هما منتج الخطاب ومستهلكه، وتتم عملية التواصل من خلال تمرير غرض تواصلي يصوغه المنتج جزئيا ضمن فحوى خطابه، وتتفاوت عملية تشكيل الغرض التواصلي بتفاوت الحصيلة المعرفية، والمخزون اللغوي المتوافر لدى منتج الخطاب، كما أنها تتطلب في الوقت ذاته توافر حصيلة وأدوات مقاربة لدى المتلقي لضمان بلوغ فحوى الخطاب، وسلامة محتواه من التشويش نتيجة لتدني القدرة التأويلية لديه.

ويقول لنا منظرو الاتّصال إنه في محادثة عادية فإن 70% أو 80% من المعلومات تولدها تعابير الوجه ولغة الجسد وغيرها من أشكال الاتّصال غير اللفظي، ولكن بعض وسائل الإعلام، مثل البرامج التلفزيونية والأفلام على سبيل المثال، نجد اِستخدام تقنيات الاتّصال اللفظي والاتّصال غير اللفظي، بينما هو أمر شيق، بيد أنه قابل لإدخال تحسينات عليه، وتوجد خمس طرائق على الأقل لمنظور التلقي، قد تكون وسائل الإعلام هي السبب في إحداث آثار على القيم الاِجتماعيّة أو على السلوك الفردي أو الجماعي هي:

1- أن تكون وسائل الإعلام هي السبب المباشر الوحيد إذ يزداد أثر وسائل الإعلام حين تكون هي المصدر الوحيد للحصول على المعلومات.

2- قد تكون وسائل الإعلام هي السبب في إحداث الأثر في حالة وجود عوامل وسيطة، وقد تعمل مثل هذه العوامل الوسيطة قبل او في أثناءِ او بعد التعرض للخطاب الإعلامي.

3- قد تكون وسائل الإعلام هي العامل الوسيط بينما تكون العوامل الأخرى هي السبب في أحداث التّأثير مثل اغتيال شخصية وطنية معينة تؤدي وسائل الإعلام إلى زيادة الأثر أو الحد من خلال الرسائل التي تعكسها.

4- قد تكون وسائل الإعلام سبباً ضرورياً ولكنه ليس كافياً لإحداث الأثر وذلك ضمن عوامل عديدة أخرى.

5- قد تكون وسائل الإعلام سبباً كافياً، ولكنه ليس ضرورياً لإحداث الاثر، حيث تكون الأسباب البديلة ممكنة أيضاً.

6- زيادة "جنسنة" البرامج الترفيهية أو إضفاء الطابع الجنسي عليها، وحيازة القبول العام لوجود هذه النزعة في التلفزيون.

7- يلعب العامل الإقتصاديّ دوراً مزدوجاً، فقد هيأت الطفرة الإقتصاديّة في بيئة مثل دول الخليج العربي الفرصة للتواصل المفتوح مع ثقافات المجتمعات الأخرى، والوصول بالصناعة الإعلامية إلى مستويات متقدمة في تطويع التقنية، وتوفير البدائل الإعلامية بشكل كبير للجمهور الخليجي، وأسهم العامل الإقتصاديّ من جانب آخر في توجيه وسائل الإعلام الوجهة التي يريدها الممول، والذي يتمثل في شركات الإعلان الكبرى التي كان لها أثرها الفاعل في استمرار العديد من وسائل الإعلام وبلوغها مستويات قياسية في التطور بسبب التمويل المدفوع من هذه الشركات، وهو تمويل مشروط باستحقاقات فكرية ومنهجية معينة.

8- تحويل أنظار الناس عن القضايا المهمة: ساعد وسائل الإعلام على تكريس ثقافة إعلاميّة عمومية وجود بعض القضايا الكبرى خاصة بعد الاحتلال الأمريكي للعراق في نيسان 2003، لتحويل أنظار الناس عن قضاياهم الداخلية الملحة كالتنمية البشرية والإنسانية بما تنطوي عليه من تربية وتعليم وصحة ورعاية اِجتماعيّة ورفاه وإعلام وغيرها من الأمور الحياتية، وهو حاله حال الإعلام العربي إذ ظل الفرد في قاموسه مجرد تفصيل مهمل لا قيمة له في الخطاب الإعلامي الشمولي الذي طمس إنسانية الفرد لصالح قضايا كبرى، كالقضية الفلسطينية، وغيرها، وعلى الرّغم من انفتاح الإنسان العربي على الإعلام الغربي القائم على تقديس الفرد وجعله محور الاهتمام الإعلامي، إلا أن وسائل الإعلام العربية الرسمية خاصة لم تجار مثيلاتها الغربية لأنها مازالت تجتر "القضايا الكبرى" وتتاجر بها وترمي الإنسان جانباً بوصفه نكرة ليست ذات قيمة، مع العلم أن المجتمعات القوية لم تتقدم إلا بإنسان محترم مكرّم قوي ذي أهمية وخصوصية.

9- ان سلوك المتلقي (المتفرج) حيال وسائل الإعلام لا يختزل في نوع من المواقف المرتبطة بمقاييس الانتماء الثّقافيّ (الجماعات الاصلية) أو المورفولوجية (السن، الجنس، المستوى الدراسي..) لكنه يندرج ايضا ضمن المنطق الإجتماعيّ، ذلك ان اِستخدام أدوات الاتّصال يعمل على إبراز هويات شخصية أو مهنية جديدة، يحيي شبكات اِجتماعيّة جديدة ويشجع على ظهور بعض الممارسات المختلفة، كما أن جمهور وسائل الإعلام ليس حقيقة ثابتة جامدة تختزل في أرقام، ولكنه حقيقة متحركة.

وقد أطلق الباحثون على آخر أجيال وسائل الإعلام المعاصرة في عصر الإنترنت مثل "الفيس بوك، واليوتيوب وتويتر" بـ"السلطة الخامسة" إذ لم يعد للرقيب الإعلامي (التدخل الإعلامي) أية سلطة على حظر نشر موادها لتكون في متناول المواطن أينما كان موقعه في العالم، وهي تسمية رافقت تسمية أخرى هي (الإعلام الجماهيري) وفي تحريف رسالة الإعلام الإنسانية، انطلاقا من ما يأتي:

1- إن الفضائيات والمحطات الإذاعية والشبكة العنكبوتية غزت كل البقاع، والصحف تطبع وتنسخ بلا عدد، وتنقل عبر الأقمار الصناعية في أوقات قصيرة محققة تأثيراً تكييفياً لعقول الناس، فلا بد من مراعاة حقوق الإنسان بالقدر الكافي للمعلومات الحقيقية.

2- تتسابق الدُّوَل للتسلح العسكري، لكنها في الوقت ذاته تتسابق لامتلاك السلاح الإعلامي الذي يمنحها الوجود في معارك حروب إعلامية، وهذا التوجه يمثل حالة تجني على دور الإعلام المستقل ورسالته في التنوير والتوجيه والتنمية والبناء.

3- الدعوة لتفعيل دور منظمات المجتمع المدني التي هي الرأي العام لمجابهة تسلط السلطات الرسمية على نطاق عالميّ سواء في البلدان المتقدّمة أو النّامية والمساعدة بمنح الحريات الديمقراطية للناس.

4- ليس كل مطبوع صحافي أو بث إذاعي أو فضائي أو حتى مقروء عبر الإنترنت إعلاماً يستهدف خدمة الإنسان والمجتمع وتنويره، فلا بد من الفرز بين ما هو أداة بيد السلطان الجائر، وما هو وسيلة دفاع وممانعة بيد الناس ضد السلطان.

5- تربط بين الإعلام والحريات الديمقراطية علاقة وثيقة يصعب تجزئتها في الدُّوَل الديمقراطية، بينما تصبح العلاقة بعد المسافة بين السماء والأرض، وتقتصر على التسمية لدى الأنظمة الشمولية والاستبدادية فحسب.

6- إن التطور الديمقراطي لدى بعض الأنظمة الغربية ارتقى إلى منح الإعلام موقع السلطة الأولى، بينما لم ينل مفهوم السلطة الرابعة لدى غالبية البلدان النّامية.

7- إستفحال حيلة الاقتباسات التي تتبعها بعض وسائل الإعلام: ويقول الناقد الإعلامي بيتر فايس: "إقرار الاقتباسات هو أحدث حيلة لجعل شخص ما يتكلم" وبينما يعترف فايس بأنه في بعض الأحيان يوافق على ممارسة هذه الحيلة، فهو يسميها "شكلاً من أشكال الفساد منخفض المستوى الذي يقبله الطرفان دون أن يتحدثا عنه" والسبب وراء شعور الصحافيين بالقلق من هذه الطريقة أنهم يعطون المصدر سلطة التحكم فيهم هم وفي الحقيقة، لكي يبدو هم أنفسهم في صورة جيدة، وهناك سبب آخر كون الاقتباسات الدقيقة محيرة، ولكنه في الوقت نفسه موضوع، نادراً ما يتحدث عنه أحد، وهو مواطن الضعف المهنية، فبعض المخبرين الصحافيين لا يمكنهم وحسب كتابة الملاحظات بالسرعة الكافية، وليس مطلوباً من الصحافيين تعلم الاختزال، وبناء عليه فإنهم غالباً ما لا يمكنهم متابعة الكلام الذي يقال بسرعة.

8- الإعلام حارس للمدن: إذ إن الإعلام الراقي هو حارس المدينة من كل أشكال الإستفراد والتسلط والانحراف عن القيم السوية التي تمثلها المواطنة الإيجابية، كما يقدر الإعلام أن يكون مؤازراً كبيراً وقوياً لدينامية المجتمع المدني الذي يناضل من أجل علاقة متوازنة بين الدُّوَلة والمجتمع من جهة، وبين السلطات الثلاث والمواطن من جهة أخرى، ولعل هذا ما يفسر إلى حد كبير أن النظم غير الديمقراطية تسعى إلى تملك أجهزة الإعلام والتحكم في مضامينه وتوجهاته وأدائه ورموزه.

9- ان التطور الذي شهدته وسائل الاتّصال الرّقْميّ يؤثر بلا شك في عملية التلقي، والواقع ان مسألة التكنولوجيا لا تطرح على مستوى تغلغلها في المجتمع وتعامل الجمهور معها، فلم يقتصر اِستخدامها على توفير إمكانات هائلة للاستماع والرؤية، ولم تعد ضرورة تقنية تستخدم في الإنتاج الثّقافيّ والإعلامي، بأن اِستخدامها سيعيد الجدل ليس فقط حول جوهر ما تبثه هذه الرسائل، ولكن سيطرح بدوره الاسئلة عن العلاقات التي تربط بين الانسان والآلة، بين الأبعاد المادية والحسية.

10- فاعلية الأسلحة الإعلامية: إذا كان معروفاً أن الحروب تخاض بالسلاح كما تخاض بالكلمات منذ فجر التاريخ، فتقوى وتتجاوز في فتكها فعالية الأسلحة، فللتدليل على حجم التخوف الذي يجعل الكلمة مقصلة قادرة على القتل، وتهيئة المعارك وإذكائها عن طريق تشويه الصور وحقن النفوس والتحفيز على التدمير، وهذا أمر في صلب الصراعات العسكرية والسياسية، ويدرس في الجامعات مادة أساسية في الدعاية السياسية والحروب النفسية وعلم الإشاعة وتضليل الحقائق وتشويهها كباب في هزيمة الآخر وإعادة إحيائه.

11- طرائق اللعب بالإعلام: في كثير من وسائل الإعلام في العالم، يجري اللعب على أوتار عنصرية معينة تناسب قطاع الأكثرية التي تتوجه لها الوسيلة الإعلامية، ويأتي ذلك اللعب بطرق ضمنية تارة وسطحية مكشوفة تارة أخرى، ففي بعض المجتمعات التي تتألف من مجموعات عرقية أو طائفية أو دينية تستغل بعض وسائل الإعلام تلك الفسيفساء فتنشر مواد إعلاميّة تتضمن تهكماً أو تحقيراً أو إدانة لهذا الطرف أو ذاك، فإذا كان ثمة خبر أمام الوسيلة الإعلامية يتعلق بنجاح أحد الرياضيين مثلاً بالفوز بالميدالية الذهبية، فإن تلك الوسيلة الإعلامية ستقدمه بهويته القوميّة أو الوطنية التي تخص الأكثرية، أما إذا كان الخبر يتناول جريمة نكراء مثلاً كالتجسس أو الإرهاب أو القتل، فإن بعض وسائل الإعلام تقدم الفاعل ليس بصفته الوطنية أو القوميّة، بل بصفته "العرقية" أو "الدينية" أو "الطائفية".

وذهب عدد من الباحثين العرب الى إطلاق مصطلح الجيل العربي الرّقْميّ، على فئة الشباب العربي الذي يقبل بكثافة على اِستخدام أدوات المعلومات والاتّصالات، مع امتلاكهم مهارات وخبرات تدعم حضورهم في فضاء المعلومات، وقد وضعوا مجموعة من المعايير التي تميز هذا الجيل الرّقْميّ- الفتي، بناء على سلسلة من عمليات تحليل البيانات الميدانية التي عكفوا على جمعها واستقصائها من مجموعة بلدان عربية منتخبة. إذ ان احدى اشكاليات البحث في جمهور وسائل الإعلام تعود الى التباين في الوسائط الإعلامية وتباين الجمهور المتلقي، يفرض اختلاف أدوات المقياس، وتشكيل عملية سير الآراء التي تقوم على العينة التمثيلية لمجتمع البحث القاسم المشترك بين وسائل الإعلام. والواقع ان مسألة التلقي هي أحد انشغالات الباحثين، ذلك ان محاولة التّعرُّف إلى الجمهور تطرح في الحقيقة مسألتين مرتبطتين ارتباطا شديدا: الاولى يمكن التعبير عنها بالشكل الآتي: يكفي معرفة المنتج ذاته لكي نتمكن من معرفة الجمهور، وفي هذا الاطار فإن دراسة جمهور وسائل الإعلام تتم من خلال دراسة الوسيلة ذاتها، (الوسيلة هي التي يقبل عليها الجمهور) إذ يركز هذا الطرح على وصف المنتجات الإعلامية من أجل معرفة أثرها في الجمهور، ومن جهة أخرى فإنه لا ينبغي إغفال السياق الذي تتم فيه عملية التلقي، حيث يلعب الفضاء الاِجتماعيّ الذي يوجد فيه الجمهور دورا حيويا

في الإقبال على الوسيلة، ومن هنا فإن المعنى يخضع للقاء يجمع بين المنتجات والجمهور والسياق الاِجتماعيّ، على ان المعنى ليس شيئا يفرض نفسه وليس وظيفة ثابتة غير متحولة مرتبطة بملكية مفترضة لهذا الجمهور، بل تخضع إلى الأسلوب الذي يتعامل به الجمهور مع هذه المنتجات، وعليه فإن هناك عدة متطلبات لصناعة الحدث في الاتّصال الرّقْميّ:

1- دراسة كاملة وافية للحدث من جميع جوانبه، فتتم دراسة البيئة التي يراد صناعة الحدث فيها، من حيث الزمان والمكان والظروف المحيطة، والمؤثرات التي تؤثر فيه سلبا أو إيجابا، وطرق تعزيز المؤثرات الإيجابية وإضعاف المؤثرات السلبية.

2- دراسة الحدث نفسه وكيفيات التحقيق الممكنة، واختيار أفضلها، مع إمكانية التغيير وفق تطورات الواقع وما يستجد فيه من مؤثرات.

3- الاستكشاف الدوري لبيئة الحدث، حتى لا يحدث تغيير غير ظاهر قد لا ينتبه له مصممو الحدث، مما يكون له تأثير كبير في النتائج من خلال الاستطلاعات، والاستبانات، والأبحاث التي تقوم بها مراكز الأبحاث المتخصصة، وغير ذلك من وسائل تجميع المعلومات، ثم تفرز وتصنف وتجرى عليها المعالجات التي يتوصل منها إلى نتائج، تعتمد دقتها على دقة المعلومات المتحصل عليها ودقة معالجتها.

4- سعة أفق الفريق الذي يقوم بصناعة الحدث أو التدخل فيه، والخبرة الطويلة والحكمة في التصرف، مع الصبر والتأني وعدم الاستعجال والتهور، وعدم الرغبة في الظهور أو إبداء المظاهر البطولية، وينبغي أن يعمل الفريق خلف الأضواء لا أمامها.

5- معرفة الآخر معرفة جيدة من حيث: فكره وتصوراته، عقائده وإمكاناته، وطبيعة الأفكار والتصورات التي تسود المجتمع،وكيفية مواجهة القيادات للأحداث والتفاعل معها، والمؤثرات التي تتدخل في صنع القرار السياسي، والحالة الاِقتصاديّة، وغير ذلك مما يعكس رؤية الآخر رؤية واضحة مفصلة، تمكن فريق صناعة الحدث من تصميم الحدث تصميما ملائما للحالة.

تقنيات وأساليب صناعة الحدث: يمكننا أن نستنبط مجموعة من التقنيات والأساليب التي تستخدم في صناعة الحدث، ومنها:

1- الجد والصرامة في رصد المعلومات، والتعامل مع الواقعة.

2- الخطاب المستخدم يكون قويا ومؤثرا مع القدرة على التنفيذ.

3- الإعلام القوي الذي يبين القدرات ويوهن من عزائم الطرف المقابل، سواء كانت العزائم معنوية، أم مادية.

4- الإقناع الملزم أو القاهر عن طريق الإعلام والاستعراض وإظهار القوة القاهرة، فعندما يريد قائد أن يصنع حدث الانهزام عند الطرف المقابل، فإنه يحاول بطرق متعددة أن يرسخ في أذهانهم أنه لا أمل في النجاة أو الفكاك، ولا جدوى من المقاومة إلا مزيدا من المعاناة.

5- الاستدراج: وهو أسلوب يجري على أرض الواقع قبل التنفيذ بفترة للتأكد والتدقيق في المعلومات المتوفرة، ومدى مناسبتها للخطة الموضوعة.

6- إرباك الطرف المقابل: فعندما نريد مثلا صناعة حدث التفرق والتشتت في الرأي عند الخصم، فقد نعرض عليه عدة بدائل للاتفاق على أحدها، على أن تختار البدائل بعناية فائقة بحيث يكون كل بديل محققا لطموحات فئة من الفئات المقصودة بذلك الحدث، بينما يكون مخيبا لآمال الفئات الأخرى، وهكذا فتتفرق تلك الجموع وتتشتت حول تلك البدائل مما يوهن الطرف المقابل ويضعفه.

7- الاستثارة: وهي استثارة ما عند الناس من قوى الخير الموجودة في الفطرة.

8- تقدير الناس وإنزالهم منازلهم حتى وإن كانوا من المخالفين أو الأعداء.

9- الإيهام: كأن تتصرف تصرفا يوهم الطرف المقابل بما تريد أن يتصوره من غير أن يكون لذلك حقيقة.

ج- الاتفاق على توضيح آليات التلقي في الاتّصال الرّقْميّ:

عرفت الدراسات الثّقافيّة تطورا ملحوظا منذ ظهورها في منتصف الستينيات من القرن الماضي، واسهمت بدورها في بلورة الاهتمام بالتلقي، ذلك أن التحليل الثّقافيّ يسعى الى تجاوز ما هو أبعد من النص ليحدد الروابط بين النص والقيم السائدة في المجتمع، بناءً على ما ذكر سابقا فإنه من الصعب الاتفاق على توضيح آليات التلقي في الاتّصال الرّقْميّ، إذ نستطيع القول إن لا مسلمات إطلاقية ثابتة تقف اليوم خلف الابواب المغلقة للنشاط التواصلي الرّقْميّ، بل اننا عمليا أمام صياغات متصلة ومتسمة بالأثراء والتنوع، وان الكشف عن اشكاليات التلقي، وعن العيوب التي تتسلل وتتوارى خلف حجب التدفق الكثيف الذي يسرق -في أغلب الاوقات- منا لحظة الوعي في خضم التيار الشديد الجريان لتنوعات الممكنات الإعلامية، تتطلب الاتفاق بين الباحثين والقائمين على إدارة العلم النظري والتطبيق الميداني للفعل الإعلامي، وما يعبر عنه الجانب الفكري والمعالجة المتصلة بواقع الإعلام، بل اننا في الواقع في خضم صراع قاس بين الحق ونقيضه وبين الخير والشر، وذلك لوجود عدة عوائق يتعلق بعضها بضعف الرصيد اللغوي العربي الإعلامي من جهة، وضعف آليات ترجمة المصطلحات الأجنبية بما يتلاءم مع بحوث التلقي، ويعود ذلك أساسا إلى وجود خلفيات أبستمولوجية محضة، تتعلق بارتباط ظهور البوادر الأولى لتأسيس الاتّصال الرّقْميّ بالغرب، ومساهمة الباحثين من مجلات بحثية أخرى من العلوم الانسانية والاِجتماعيّة في وضع حجر الأساس في ظهوره هذه الاشكالية، فضلا من أن المنظومة المصطلحية العربية في بحوث الإعلام والاتّصال غير موحدة، لا من حيث صناعة الحدث والسعي إلى ضبط مرتكزاته المجتمعيّة بما يتلاءم مع الأحداث، ولا من حيث توحيد آليات التعامل مع وجود اشكالية التلقي الواضحة في صناعة الحدث التي تتميز بالقلة وعدم الضبط الإجرائي الدقيق للاتصال الرّقْميّ، وحتى نؤسس لمنظومة تصنع الحدث في هذا المجال المهم جدا، يجب أن تحكم هذه المنظومة بمجموعة من الضوابط منها:

1- الاتفاق على معجم اصطلاحي اعلامي موحد، إذ يشير مفهوم الإعلام إلى العملية الاتّصالية التي ينتج من خلالها إخبار الجمهور بالمعلومات والأخبار في المجالات المختلفة وفق أخلاقيات وقواعد اتصالية تعكس حق الجمهور في المعرفة بالأحداث الجارية بما فيها من

سلبياته وإيجابياته، يخدم التوجهات الابداعية للمتلقي، إذ إن فكرة الاتّصال بما هي فعل لفظي منعزل، واع وإرادي، وتقوم عليها السوسيولوجيا الوظيفية، قد نقضتها فكرة الاتّصال الرّقْميّ بما هو سيرورة اِجتماعيّة تسمح بإدماج عدة طرائق في الأداء: الكلمة، الحركة، النظرة، المسافة الفاصلة بين الأفراد.

2- تغيير النظرة الضيقة بأن العملية الاتّصالية أوسع وأشمل من الإعلام باعتبار أن الاتّصال يمتد إلى تبادل المعلومات والآراء والتوجهات، وتنبع أهمية الإعلام من استثماره للرغبة الطبيعية لدى الإنسان في المعرفة واكتشاف ما حوله والإحاطة بأخبار الآخرين وأخبار المجتمع للترجمة وذلك بالنظر إليها من زاوية الهدف لا من زاوية المصدر.

3- إن تكنولوجيا التواصل الإعلامي قد أضحت لا تصوغ الإنسان صياغة تكاملية جديدة، ككائن فردي وككائن اجتماعي فقط، وإنما "ككائن كوني" ينتمي إلى قبيلة إعلامية، ما هي إلا قبيلة كونية بأبعادها الزمانية والمكانية والكيانية، وإنها تغلف (الواقع الموضوعي) بنوع من (الواقع البديل)، وهنا تكمن خطورة استثارة الأساطير الدعائية في إثارة الجمهور، دون أن تصنع حدثا ينسجم مع ما يريده المتلقي.

4- إن الثّورة الاتّصالية، صحيح إنها ما تزال في طفولتها، ولكن هذه الطفولة إن كانت تتلازم مع طفولة إنسانية كيانية، فإنها في الواقع ذاته تتناقض معها، ففي الوقت الذي دخل فيه المجتمع المعاصر، الاتّصال الوجداني الكوني الذي لم تعرف الحضارة له مثيلاً من قبل، دخلنا طور التعدد الكياني السياسي الذي لم يعرف له التاريخ مثيلاً من قبل، ولما كانت السيادة الإعلامية هي أحد مقومات السيادة الوطنية، فقد وقعنا على الصعيد الدُّوَلي في إشكالية التناقض ما بين الوحدانية الإعلامية الكونية والتعددية الكيانية السياسية، واضحت اشكالية التلقي بين صناعة الحدث، والفوضى الإعلامية.

ولذلك فإنه لا يمكن أن يتم أي تغيير في المجتمعات في معزل عن اِستخدام هذه الوسائل التي تعد الأدوات الهامة والرئيسة والمساعدة في مخاطبة الناس، وشرح ونقل تلك التغييرات الجديدة التي تحدث في المجتمع وفي بنيانه ووظائفه حتى يعرف كل فرد دوره ومكانته وفقاً للتغيير الذي يطرأ، وهذا يشير إلى أن وسائل الإعلام هي أساس عملية التغيير الإجتماعيّ، وذلك لما يتم من خلال تلك الوسائل من عمليات تكوين الآراء وتغيير المفاهيم وأنماط السلوك وتثبيت القيم المرغوب فيها وتدعيمها، وأحتل الإعلام دوراً أساسياً في التّأثير في الإنسان والأفكار والمجتمعات في كل مكان وفي كل مجال وأصبح شريكاً فعالاً في مجمل نشاطات وآفاق العمل الوطني والقومي سلباً وإيجاباً، ودوره الخطير الذي لا يقتصر على النقل الفوري والسريع للأحداث، وإنما يمتد أحيانا إلى التحضير لها وحشد الرأي العام المحلي والدُّوَلي وآراء بعض القضايا بنفس القدرة التي يملك بها التعتيم على غيرها، لذلك فإن تأثير وسائل الإعلام أعظم وإمكانات البناء أو الهدم المتاحة لها أكبر وأسرع وأوسع انتشارا وأعمق تأثيراً الأمر الذي فرض ضرورة أن يوظف الإعلام من أجل رفع المستوى الثّقافيّ وتغيير العادات الضارة وبلورة نسق إيجابي للقيم الإجتماعيّة وتوجيه الإنسان نحو الإنتاج وإتاحة وسائل النمو الذاتي وربط الفرد بمشكلات مجتمعه وحماية ثقافته وتوعيته بالمتغيرات المعاصرة وتبصيره

بالتحديات المحيطة به. وقد صاغ مجموعة من الباحثين سلسلة من القواعد التي يمكن من خلالها تحديد شدة الارتباط الإِجتماعيّ بين مستخدمي شبكات التواصل الإِجتماعيّ وهي:

1- القاعدة الاولى: يمثل الرابط اتصالا متبادلا إذا تواصل المستخدم وتلقى مادة تشير الى تفاعل قائم لدى النهاية الثانية للرابط.

2- القاعدة الثانية: يمثل الرابط أتصالا أحادي الاتجاه إذا تواصل المستخدم لمرة واحدة أو عدة مرات مع صديق يستقر عند النهاية من الرابط.

3- القاعدة الثالثة: يمثل الرابط علاقة مستديمة إذا قام المستخدم بتتبع نتيجة محاولة تواصله مع صديق يقيم في النهاية الثانية من الرابط، من خلال مراجعته المتكررة لمحتوى صفحات أخبار خدمات تغذية موقع التواصل الإِجتماعيّ.

ويشكّل (التلقي) التعرض (Exposure) الهدف الأساس في عملية الاتّصال، لذلك تعد نقطة البدء لعمليات التفاعل والتّأثير بين الجمهور كأفراد، ورسائل القائمين بالاتّصال، والتعرض أي استقبال الجمهور للرسالة الاتّصالية من خلال الوسيلة الجماهيرية، إذ يرتبط فعل التعرض بمعايير وخصائص منها ما يتعلق بشكل ومضمون الرسالة، ومنها ما يتعلق بالوسيلة وطبيعتها كأداة مادية ناقلة للمعلومات، ويصاحبه في ذلك عنصر إتاحة وتوافر هذه الوسيلة وتوافقها مع الجمهور، وهناك ناحية أخرى متعلقة بخصائص وعادات الأفراد والجماعات ومرجعياتها تتضمن سمات نفسية وثقافية وإِجتماعيّة واقتصادية...الخ، وتأسيساً على ذلك فقد يكون التعرض اختياريا يتمثل بالفعل الإرادي في طلب المعلومات وتلقيها للتدعيم أو التفسير أو الاستطلاع لرسالة اتصالية من دون أخرى، ويكون التعرض غير اختياري (unchoisable) يجري بصورة إجبارية، أو ظرفية، أو عارضة نتيجة لمؤثرات تتعلق بـ (المصلحة الحقيقية في موضوع الرسالة، أو التماسها للترفيه أو بسبب الحاجة إلى التنويع) كما حدد كاتز وجور يفيتش وهاس Katz and Gurevitch and has الحاجات والاستعمالات الاتّصالية، بمعرفية، وعاطفية، وهروبية وللاندماج الشخصي والإِجتماعيّ، لكن لي ثاير(lee Thayer) أشار إلى هذا الاستعمال بشكل أكثر تفصيلاً ودمجاً بشخصية المتعرض وسلوكه الاتّصالي ووفقاً لما يأتي:

1- تزويد الناس بأشياء توافقية، أجماعية مع الآخرين، كالتحدث عن الأخبار والمشهورين بالطريقة نفسها، انطلاقا من أن وسائل الاتّصال غالباً ما تضع أجندة اهتمامات الناس، فيما يتعلق بالأخبار والأحداث السياسية الساخنة

2- الناس تجعل من وسائل الإعلام وما تقدمه عنصراً مركزياً لتحديد اعتيادية حياتهم وواقعهم، وبالتالي العمل على تزويدهم بإحساس أنهم مثل الآخرون.

3- الإستعمال الأسطوري، أي العمل على نقل الموروثات وتصنيف الواقع بشكل يسهل ربطه بالماضي من خلال الاستعارات والرموز التاريخية والشعبية .

4- يرى (**Lee**) أن أعظم دافع للاستعمال يتمثل بالتعويض (Compensation) والتوازن في حياة الناس، ويتناسب مستوى التعويض مع أنماط الأفراد، كالتعليم والعمل ومستوى الدخل.

5- هناك استعمالات أخرى تتراوح بين الاستعمال لتحسين الوضع الاِجتماعيّ وخلق الهيبة أو لعزل النفس عن الآخرين، أو لأهداف التسلية البحتة، والتعليم، وغيرها، وهذا يرجع إلى عملية الاختيار والتعرض الانتقائي للرسائل.

ووضعت المجتمعات البشرية وسط ثورات هذه المعلوماتية والرسائل التي غدا من الصعوبة على التكوينات الاِجتماعيّة المختلفة، الإعراض عنها أو العمل على تجاوز تأثيراتها، على الرّغم من فرص الانتقائية في التعرض والتفويض الذي يشكّله مع تلك الرسائل، فالوفرة والإتاحة الاتّصالية في جانبي امتلاك وإستخدام الأفراد لوسائلها المادية، وزيادة وتنوع وترابط هذه الوسائل من جهة أخرى، جعل من روافد وقنوات الاتّصال الوطنية والوافدة في العمل على إيجاد صيغ وأساليب متعددة لزيادة تعرض الجمهور لرسائلها ولتنميط هذا التعرض وفق أسس نفسية واِجتماعيّة وزمنية، إذ تعمل هذه الروافد والقنوات بشكلها المقروء والمسموع والمرئي لإيجاد صيغة أساليب تعمل على زيادة وثبات تعرض الجمهور لرسائلها من خلال الاتي:

1- تصميم وترميز الرسائل الاتّصالية بشكل مشوق ومثير، يغلب عليه طابع السرعة والتعددية، بوتائر وصيغ متجددة تبعاً لحاجات الجمهور المعرفية والعاطفية، والسعي لتشكيل وخلق اهتمامات ومضامين جديدة من شأنها أن تشكل رواجاً لسلع اتصالية جديدة.

2- ترميز الرسائل بشكل يتوافق مع الطبيعة الاِجتماعيّة والموروثات الحضارية والفكرية للجمهور والعمل على إبعاد الملل والنمطية لضمان استمرار التعرض وزيادته.

3- تعمل مؤسسات الاتّصال على توسيع التغطية الجماهيرية من جهة، والتوسع في بنية الرسائل مساحةً، وزمناً، وموضوعاً من جهة أخرى، فالصحف تعمل على توسيع إنتشارها الجغرافي وفي تنويع موضوعاتها، والإذاعات تعمل على زيادة رقعة البث الجغرافي وتنويع موجاتها تارةً، وتارةً رقعة البث الزمني، ويسير الأمر ذلك على التلفزيون، فالجميع يبادر لتصيد جمهور أكبر ولوقت أكبر من التعرض.

4- إقامة علاقات ودية وتشجيعية مباشرة مع الجمهور، كتسهيل حصول الأفراد على الوسيلة والاهتمام بطلبات واقتراحات وآراء الجمهور، وتنظيم المسابقات وتقديم الهدايا والمحفزات لتقوية الصلات والروابط المباشرة مع المتلقين.

5- العمل على دراسة الخصائص النفسية والاِجتماعيّة وإجراء البحوث المسحية الميدانية للوقوف على ما يفضله الجمهور من رسائل أو قوالب رمزية وإيجاد التفسيرات العلمية لمحفزات التعرض الدائم للوسائل، وإجراء الدراسات والاستبيانات للتحقق من جدوى البرامج والرسائل والوقوف على التي تلقي رواجاً وإقبالاً لتنشيطها وتعزيزها.

وتؤدي ثورة المعلومات وتعاظم الفضائيات ووسائل الاتّصال الإلكترونيّ إلى زيادة مستوى المعرفة والإدراك والوعي لدى المتلقي بالتجارب والخبرات والممارسات الإيجابية للدول الأخرى فيما يتعلق بقضايا التنمية والديمقراطية والمشاركة واحترام حقوق الإنسان ومحاربة الفساد وتطبيق حقوق المواطنة ومبادئ الشفافية، فضلاً عن تدعيم المقارنة بين ما يجري في هذه الدُّوَل والممارسات التي تجري في دولهم، مما يسهم في تدعيم وتعزيز الوعي السياسي

لديهم، فضلاً عن تغذية ورفع مستوى طموحاتهم وتطلعاتهم بشأن قضايا الإصلاح والتطور الديمقراطي بل تتعاظم درجات المطالبة بتطبيق هذه الممارسات في دولهم، حتى أضحى كثافة وجود الكاميرات-مثلا- التي تحمل علامات وأسماء القنوات الفضائية بذاتها مؤشراً على حجم الحدث المنتظر وإمكانية تطوره واتساعه، وتصطدم وسائل الإعلام من خلال أدائها الوظيفي تجاه الأفراد والمجتمع ببعض العقبات أو المعدات التي تقلل من فاعليتها، هذه العقبات يطلق عليها في علم الاتّصال بالعمليات الانتقائية وهي:

1- الإهتمام الانتقائي: وفحواه أن الناس لا يستطيعون الاهتمام بكل شيء يوجه لهم، بل إنهم اذا حاولوا ذلك سيعانون حملاً زائداً في الحال، ولذلك فإنهم يحصرون اهتمامهم في مجرد جزء محدود مما هو متاح يومياً ويهملون الأجزاء الأخرى، وهذا الانتقاء يرتبط لديهم بالاهتمام الفردي والانتماء الفئوي والروابط الاِجتماعيّة.

2- الإدراك الانتقائي: أي تفسير الخطاب الإعلامي بأساليب تختلف من فرد إلى آخر أو من جماعة إلى أخرى وفق الصفات النفسية المميزة والتوجهات السلوكية الخاصة بالفئات الاِجتماعيّة، وانتماءات الروابط الاِجتماعيّة.

3- التذكر الانتقائي: هناك أنواع معينة من الخطاب الإعلامي، لأنواع معينة من الجمهور، يتم تذكرها بسرعة ولوقت طويل، بينما نفس هذا الخطاب قد يتم نسيانه بسرعة من قبل فئات أخرى لها هياكل معرفية وانتماءات فئوية وروابط اِجتماعيّة مختلفة.

4- السلوك الانتقائي: إن كل فرد لن يتصرف بنفس الأسلوب نتيجة التعرض لخطاب إعلامي معين، وهذه الاستجابات تعتمد على التّأثيرات المتداخلة للمتغيرات الموجودة.

إن تأثير وسائل الاتّصال الرّقْميّ في الثقافة، يكون إيجابياً إذا كانت المحتويات وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت الوثائق أشد كان التّأثير إيجابيا، وبالمقابل يكون التّأثير سلبياً إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التّأثير السلبي أكثر، ومن أبرز التّأثيرات الإيجابية هي:

1- تعزيز القيم: ويرتبط التعزيز بتثبيت مواقف الفرد السابقة وإعطائها ألفة إضافية.

2- التنشئة الاِجتماعيّة: أي الصيرورة التي يتم من خلالها اكتساب قيم المجتمع وثقافته.

3- تحقيق الانسجام وتعزيز الترابط الاِجتماعيّ.

4- توسيع دائرة الاستفادة من الثقافة.

5- الوعي بالعلم الخارجي أو توسيع المحيط.

6- النظر إلى الذات والمجتمع من زاوية خارجية.

7- معايشة عوالم متعددة تحمل الإنسان عبر الزمان والمكان.

8- الإشباع، التحويل والترفيه.

9- نقد الذات وتغييرها.

10- الإعلام والتفسير والتحليل (الوظائف).

ومن أبرز التّأثيرات السلبية هي: تحييد القيم/ جمهرة الثقافة (التبسيط والتشويه)/ تضييق المحيط/ تقليص المحلي وتوسع العالميّ/ إضعاف نسيج الاتّصال الاِجتماعيّ/ إضعاف دور قادة الرأي والفكر/ تقمص أدوار النجوم السينمائية وغيرها/ المعيارية الاستهلاكية/ المزج بين الرمزي والحقيقي/ إضعاف الحساسية تجاه الممنوعات الثّقافيّة/ الفجوة الإعلامية/ الإدمان على الوسيلة/ منع الفرد من نقد ذاته أو تغييرها/ التركيز على حاسة البصر على حساب الحواس الأخرى في الوسائل المسموعة والمرئية.

إن الثّورة التكنولوجية والاقمار الصناعية أحدثت انقلابا ثورياً في تطور البث التلفزيوني، إذ كان للبث التلفزيوني النصيب الأوفر من هذه الثّورة باعتباره أهم وأخطر وسيلة للاتصال الجماهيري في عصرنا الحالي، وأسهمت كثيراً في جعل الإنتاج البرامجي عموماً أكثر دقة ووضوحاً وأكثر واقعية وأشد قرباً من المشاهدين، بحيث فرض توجهاً اسهم كثيراً في توسيع دائرة مستقبلية، الأمر الذي يقتضي اختيارا أدق فيما يتعلق بالموضوعات الإنسانية والبرامجية المعروضة على الجمهور، وهذا استدعى بدوره تنوعاً في وجهات النظر خصوصاً مع وجود شبكة الإنترنت، وهو المتغير الأكثر فاعلية واتساعا.

ويمكن أن تؤول الروحية للاتصال الرّقْميّ وفق وظيفة إلهاء المتلقي، المرتبط بالإعلام الاِجتماعيّ الفعلي إلى عدة مستويات:

1- البحث عن التّفاعليّة الحقيقية، سواء أكانت عن قرب أو من خلال الميديا.

2- تكمن ميزة الإعلام الاِجتماعيّ بإبعاده عن أي شكل من التنظيم الذي يحبَذ العلاقات ذات الاتجاه الواحد، لأن الانخراط بعلاقة تفاعلية يفترض توفر عدد من الشروط:

أ- يعد متلقي الرسالة شريكاً جديراً بالاستقلالية، وليس متلقياً سلبياً وطيعاً إرادياً.

ب- الحوار يتم بالتساوي على صعيد وسائل وإمكانات التعبير، وفي حال اللا توازن، يجب أن يستفيد الطرف غير المحظي من التدريب أو على الأقل من المساعدة التقنية.

ج- لكل محاور الخيار بأن يجيب بطريقة لا تكون مقولبة سلفاً من قبل المرسل، أو الناقل، أو الوسيط أو الوسيلة الاتّصالية الرّقْميّة، وهذا ما يجرد الأنساق شبه التّفاعليّة من أهليتها التي تقتضي إعطاء الانطباع بالتحاور، إذ يكفي الضغط على زر معلوماتي للحصول على الجواب المبرمج مسبقا.

د- الاتّصال يتم دون وسيط، وإذا تمَ اللجوء إلى وسيط لأسباب تقنية، فإن هذا الأخير يجب ألا يشكّل عائقاً للحوار، بل على العكس يجب أن يكون في خدمته، وفي إطار الحوار، لا شيء يرضي طلبات المحاور، لكن الحدَ الأدنى من الإجابة تقتضي إعطاء فعل لكلام آخر.

الخلاصة:

اسهم الحضور المكثف لأدوات المعلومات والاتّصالات في فضاء المعلومات العربي، وامتداد خيوط نسيجه الشّبكاتي على عموم الرقعة الجغرافية لوطننا، بروز مجموعة متنوعة من الجماعات المتخيلة، التي التحق افرادها بمواقع وتطبيقات رقمية، تتوافق إلى حد كبير مع الإطار العام لانتماءاتهم، وافكارهم، وتطلعاتهم الشخصية، وبدأت هذه الجماعات تمر بسلسلة تحولات نتيجة للحركة الجدلية التي تسري في كيانها المجتمعاتي، والتي تتأثر الى حد كبير بطبيعة الخطاب المطروح في البيئة الاتّصالية التي تجمعهم، وطبيعة التفاعلات والتّأثير التي ينتجها هذا الخطاب على صعيد إعادة تشكيل خطاطتهم الفردية وفكرهم الجمعي. والإعلام - بحسب وصف بعض الباحثين- مسرح دائري يقفز عليه من هب ودب، ويمكن إبراز النماذج المتعلقة بتدمير المعنويات من كل العناصر الدعائية التي طرحتها البيئة الإعلامية من مختلف وسائل الدعاية المعادية وأبرزها:

1- تغليف الأخبار والمعلومات بنظرية الرعب النفسي التي أساسها تحويل المضمون الإعلامي إلى مادة معلوماتية بقصد إشاعة نمط من الارتباك والفزع.

2- تضمين المادة الإعلامية من آبار وتعليقات مجموعة من الأفكار المتناقضة ضمانا لجعل المواطن في حالة توتر مستمر مع المبدأ الدعائي المعروف تحويل (بؤرة الاهتمام).

3- تقديم الصورة المأساوية للقتال وللمستقبل بأخبار مضخمة تارة وملفقة تارة أخرى بقصد إثارة الفزع والخوف لتمزيق الشخصية وتدمير العقل.

4- تهديد حرية الصحافة والإعلام ونقل المعلومات.

5- الإعلام طرفاً فاعلاً في صناعة الرأي العام: إذ يقف الإعلام، والإعلام التلفزيوني الفضائي بوجه خاص، طرفاً أساسياً في بناء الرأي العام وفق مقومات فاعلة، بل أصبح الإعلام الفضائي مولداً للمعرفة التفصيلية للقضية المعروضة، وحامياً لديمومة بناء المواقف إزاءها، أنه باختصار يساهم في توسيع دائرة النقاش وتفعيل التوجهات، ولا نعني بذلك المساهمة في الأخبار عن الواقعة وتفاصيلها فحسب، بل جذب الأفراد للإدلاء برأيهم -طواعية أو غير ذلك- وبوجه خاص أضحى الفضاء بأسره الملعب اللامحدود لتناثر الأفكار والآراء والمواقف، ولدعوة الأفراد للتعبير عن آرائهم ومواقفهم.

قائمة المصادر والمراجع

1- أحمد بن مرسلي، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتّصال، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.

2- برهان الشاوي، مدخل في الاتّصال الجماهيري ونظريات التّأثير، ط 2، أربد، دار الكندي، 2008.

3- توفيق الزايدي، أثر اللسانيات في النقد العربي الحديث من خلال نماذجه، دار العربية للكتاب، ،تونس/ليبيا، 1984.

4- ثروت مكي، الإعلام والسياسة، وسائل الاتّصال والمشاركة السياسية، عالم الكتب، القاهرة، 2005.

5- جميل صليبا، المعجم الفلسفي، ج1، دار الكتاب اللبناني، بيروت، لبنان، 1982.

6- جون ماكسويل هاملتون، وجورج أ. كريمسكي، صناعة الخبر في كواليس الصحف الامريكية، ترجمة: احمد محمود، دار الشروق، القاهرة، 2000.

7- حسن مظفر الرزو، فضاء التواصل الإِجتماعيّ العربي.

8- الحميد الحمداني، الرواية المغربية و رؤية الواقع الإِجتماعيّ، ط1، الشركة الجديدة، دار الثقافة، الدار البيضاء،1985.

9- عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتّصال، نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي (28)، ط2، 2009.

10- عبدالله الغذامي، النقد الثّقافيّ قراءة في الانساق الثّقافيّة العربية، الدار البيضاء، المركز الثّقافيّ العربي، 2000.

11- فاضل محمد البدراني، الإعلام ..صناعة العقول.

12- الفيروزبادي، القاموس المحيط، مج4، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، ب ت.

13- كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتّصالي وهذيان العولمة.

14- كامل القيّم، استعمالات الجمهور لوسائل الإعلام، جامعة بابل، موقع الحوار المتمدن، 2012.

15- محمد بن شاكر الشريف، صناعة الحدث، متوفر على الموقع:
https://www.saaid.net/Doat/alsharef/4.htm

16- محمد عبد البديع السيد، اثر القنوات الفضائية على القيم الاسرية، م، س، ذ.

17- مخاوف بوكروح، التلقي في الثقافة والإعلام، مقامات للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.

18- نسيم خوري، الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغويّة.

19- نهوند القادري عيسى، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية.

إشكالية التلقي واليات الثقافة الإلكترونيّة

د.ايمان عبد الرحمن حميد

كلية الإعلام/ جامعة بغداد - العراق

مقدمة

يتفق العلماء على أننا نعيش اليوم عصر التكنولوجيا والمعلومات والتواصل الاِجتماعيّ، ومجتمع المعلومات الذي يعتمد على استثمار التكنولوجيات الحديثة في إنتاج المعلومات الوفيرة لِإستخدامها في تقديم الخدمات على نحو سريع وفعال. وتشكل المعلومات أساسا في التنوير والتطوير، ومن يملك المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب، فإنه يملك عناصر القوة والسيطرة في عالم متغير يعتمد على العلم في كل شيء بعيدا عن العشوائية والارتجالية، ليشمل كافة مجالات النشاط الإنساني، مما يؤدي إلى النمو الهائل في حجم الإنتاج الفكري، وتنوع مصادر وأشكال المعلومات.

وبما ان الاتّصال هو المشاركة في الأفكار والمعاني والمعلومات باعتباره نشاطا يستهدف تحقيق العمومية أو الذيوع أو الانتشار أو الشيوع لفكرة أو موضوع أو نشاط أو قضية عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء والاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات بِإستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين. فقد كرس الإعلام خدمات تكنلوجيا المعلومات والإنترنت لإنتاج فكري متميز يهدف بالاساس إلى تعميق التواصل مع الجمهور العريض، وبما ان التلفزيون هو الوسيلة الاقرب لتوظيف التقنيات المعلوماتية الحديثة، فقد عمل التلفزيون الى إنتاج برامج اساسها التّفاعليّة والمشاركة الفكرية الحرة نوعا ما.

ونتيجة للمدى الواسع من الامكانات الاتّصالية للانترنت بتقديمها عددا من الخدمات الاتّصالية التي تتوافق وتدعم التواصل الإنساني من جهة، وتحقق قدرا كبيرا من الاندماج بين المجتمعات وذلك من خلال التفاعل بين الاشخاص سواء عن طريق البرامج الحوارية التّفاعليّة او المنتديات او غرف الدردشة، ويعد البريد الإلكترونيّ باعتباره تكنلوجيا تفاعلية التي تسهل الاتّصال الشخصي بنوعيه الفردي والجماعي سواء للمعلومات النصية او الصوتية او الصورية يعد من أهم أشكال التواصل التفاعلي، كما تعد خدمة التراسل الفوري من الوسائل التّفاعليّة الاخرى بنوعيها المتعددة المهام التي تسمح بالتراسل الفوري للمعلومات باشكالها المتعددة مثل الصوت والصورة الى جانب النصوص، اما المحدودة المهام فهي التي تقتصر على اشكال محدودة في نقل البيانات مثل الصوت فقط او النصوص فقط من دون اِستخدام الصور، لذا فغالبا تقدم مواقع الإنترنت خدمات تفاعلية تهدف الى تعزبز التواصل والتفاعل بين المستخدمين .

والشباب هم الأكثر قدرة على فهم التقنية الحديثة وتطبيقها، وهم الأكثر إقبالا على الاستفادة منها والتأثر بها، فالطلاب الجامعيون ليسوا فقط أكثر الفئات تعرضاً للتغير بل إنهم يشكّلون أقوى عوامل التغير الثّقافيّ والإجتماعيّ، لما يحملون من رؤى وتصورات تخالف في بعض جوانبها ما لدى الأجيال السابقة التي عاشت ظروفاً وتقنيات تختلف تماما عما هو موجود حاليا والذي يشهد تطورا مستمرا يتطلب جهدا مضاعفا للفهمه وإستخدامه بكفاءة.

اشكالية البحث:

بما ان الجمهور هو منتهى العملية الاتّصالية، ونجاح اي برنامج تلفزيوني يعتمد على تواصل الجمهور ومتابعته له، وبما ان البرامج التّفاعليّة اساسها الجمهور والتقنية والمشاركة في هذه البرامج تعد مشكلة حقيقية في الفضائيات العربية بصورة عامة والعراقية بصورة خاصة، لما تتطلبه من عناصر أساسية لا بد من توفرها في نجاح اي برنامج، اضافة الى ضرورة توفر البنى التحتية الضرورية من شبكات اتصال وانترنت وجمهور واع وقادر على إستخدام هذه التقنيات لاغناء البرامج التّفاعليّة خاصة بالمعلومة والصور والصوت والوثائق من هنا تنبع مشكلة البحث خاصة للجمهور العراقي المشارك بمثل هذه البرامج سواء بالفضائيات العربية او العراقية لما يعانيه العراق من ضعف في هذه الخدمات، اضافة الى ارتفاع نسبة البطالة بين الشباب، مما يجعل إستخدام هذه التقنيات صعبة عليه اضافة الى النقص الكبير في الكوادر الإعلامية القادرة على القيام بمهمة إعداد وإنتاج مثل هذه البرامج بكفاءة عالية ومهنية تقربه من المستوى العربي والعالميّ.

أهمية البحث:

يأخذ البحث أهميته من اهمية التلقي او التعرض لوسائل الاتّصال بحد ذاتها، خاصة بعد الانتشار الواسع الذي عرفته وسائل الإعلام عامة والتلفزيون خاصة كتكنولوجيا منزلية، فهذه الأخيرة (أحدثت تغييرات وتعديلات لدى الجمهور المشاهد سواء من الناحية النفسية أو الإجتماعيّة، وبالتالي على مستوى تلقيه للرسائل الإعلامية، حيث يقضي جل المشاهدين وقتا طويلا وهم يشاهدون ويتفاعلون مع برامجه، بدءا من الفئات العمرية الصغيرة إلى غاية الفئات العمرية الكبيرة، علما أن عملية تلقيهم (المشاهدة التلفزيونية) لهذه البرامج تخضع لعمليات الانتباه والفهم والإدراك والتأويل والمشاركة)

ومن هنا تاتي اهمية الدراسة لاغناء التراث العلمي ببحث متواضع عن واحد من اهم انواع البرامج التلفزيونية في الوقت الحاضر لمعرفة مدى مشاركة الشباب بمثل هذه البرامج ومدى فاعلية هذه المشاركة خاصة فيها والاراء ومستوى العمق الفكري والوعي لدى نخبة من الشباب وهم الطلبة الجامعيون

اهداف البحث:

يهدف البحث إلى الإجابة عن التساؤلات الاتية :

1- ما أنماط تعرض جمهور الطلبة للبرامج التلفزيونية؟

2- ما الإشباعات المختلفة التي يتحصل عليها الطلبة من متابعة البرامج التلفزيونية التّفاعليّة؟

3- ما معوقات المشاركة بالبرامج التلفزيونية التّفاعليّة ؟

4- هل تؤثر البرامج التّفاعليّة على طريقة فهم الطلبة للمواضيع الساخنة عربية كانت ام محلية؟

منهج البحث:

يعرف المنهج بانه مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من أجل الوصول إلى نتائج معينة عليه استخدمت الباحثة المنهج المسحي، والذي يعتبر أكثر المناهج اِستخداما في البحوث الكشفية والوصفية والتحليلية. وانطلاقا من هذا، اعتمد البحث على منهج المسح لمعالجة الإشكالية والتساؤلات المطروحة حول الموضوع للحصول على إجابات ومواقف وردود أفعال الجمهور المبحوث حول الإشكالية المطروحة بهدف الوصول إلى نتائج قد تسمح لنا بمعرفة اهم المعوقات امام المشاركة الفاعلة للجمهور بالبرامج التّفاعليّة.

ادوات البحث:

تسمح أدوات البحث بجمع المعطيات والمعلومات من الواقع، وتوجد في إطار العلوم الاِجتماعيّة عامة وعلوم الإعلام والاتّصال خاصة مجموعة من الوسائل المتنوعة التي يستعملها الباحث في تقصي وجمع المعلومات والحقائق وذلك عند اِستخدامه لمنهج معين، وبحكم اِستخدامالمنهج المسحي، إستخدمت الباحثة أداة الاستبيان التي تعتبر من الأدوات المناسبة له.

وقد تم بناء الاستمارة وفق ثلاثة محاور هي:

1- المحور الاول البيانات الشخصية.
2- المحور الثاني عادات وانماط التعرض.
3- فاعلية المشاركة في البرامج التّفاعليّة.

وذلك للحصول على أجوبة كمية نهدف من ورائها إلى اكتشاف علاقات رياضية وإقامة مقارنات كمية، ومن ثمّة استخلاص اتجاهات وسلوكيات الجمهور المبحوث.

عينة ومجتمع البحث:

مجتمع البحث يتمثل في جمهور الطلبة الجامعيين في كلية الإعلام. وكلية العلوم السياسية وهي من اكثر التخصصات التي تهتم بالشأن السياسي والرأي العام وحرية الرأي وضرورة اشراك

المواطن بصنع القرار. أما فيما يتعلّق بعينة البحث، فقد وقع اختيارنا على العينة العمدية (القصدية)، علما أنّ حجم العينة بلغ (100) طالب وطالبة وتوزيع الاستمارات عليهم وقد جرى اهمال عشر استمارات لعدم صلاحيتها.

الصدق والثبات:

اعتمدت الباحثة في حساب صدق الاستبيان طريقة الصدق الظاهري، وذلك بعرض، فقرات الاستبيان على مجموعة من المحكمين لتقدير مناسبتها وصلاحيتها لموضوع البحث، وتم إجراء التعديلات المناسبة عليها حسب الملاحظات التي أبداها المحكمون(*).

أما فيما يخص الثبات، فإن البحث اعتمد طريقة إعادة الاختبار، وتم استعمال طريقة مربع كاي لإيجاد ثبات أسئلة الاستبيان، وتحليل إجابات العينة التي بلغت 20% من العدد الكلي للمبحوثين. وتبين أن الأسئلة ثابتة بمستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (4) وهو مستوى مقبول. لذا فإن الأسئلة تعد ثابتة أي ان الاستبيان يتمتع بمعيار الثبات.

تعريف المصطلحات الواردة بالبحث:

- التعرض:- هوالفعل الذي يمارسه الفرد كإنسان له مكوناته النفسية والذهنية والانفعالية والاِجتماعيّة لتفسير ما يقدم له، وهذا يتضمن الإحساس والذكاء والإدراك وبناء المعنى(6) أي أن التعرض نشاط ايجابي، يتم في شكل انتقاء لبعض ما يقع على حواسنا دون البعض الآخر، وينظم الحكم النقدي الذي هو محاولة للارتقاء بفعل التعرض إلى مستوى شعوري وتنظيمي أعلى والتي تختلف من مشاهد لآخر، وذلك حسب استعمالاته واختياراته واشباعاته؛ وبعبارة أخرى نقصد به صيرورة المشاهدة التلفزيونية والتي من خلالها يتفاعل المتلقي مع المواد الإعلامية المشاهدة.
- البرامج التلفزيونية التّفاعليّة :- الإعلام التفاعي بشكل اساس اتاحة الفرصة امام مستخدميه لبناء علاقات شخصية مع ما موجود في البرنامج الواحد وايضا من خلال الاتّصال المفتوح ما بين مجموعة المتصلين ليبدو الامر كما لو كان المشاهد حاضراً على نحو افتراضي في مكان اخر بعيد عبر الاندماج في تواصل مع اناس في امكنة بعيدة.(7)

وجاء في معاجم اللغة العربية أن التفاعل من الأصل اللغوي ، فعل الشيء فعلا وفعالا أي عمله، وافتعل الشيء أي اختلقه، وانفعل كذا تأثر به، انبساطا أو انقباضا فهو منفعل، ويقال تفاعلا أي أثر كل منهما في الآخر، والتفاعل عملية كيماوية يتم من خلالها تحويل مادة في مادة أخرى فتغير تركيبها الكيميائي.

ويرى الباحثون أن التفاعل يعني "مرسل" و"متلقي" ومن أهم خصائص التفاعل الاستجابة Responsiveness أي أن الاتّصال التفاعلي يتعدى حدود الاتّصال الإنساني إلى الاتّصال والتفاعل مع الوسيلة ذاتها وليس بين الفرد وأطراف العملية الاتّصالية.

ويتم اِستخدام مصطلح الاتّصال التفاعلي بديلا لمصطلح الاتّصال الجماعي من خلال الكمبيوتروالذي يتم من خلاله تبادل الادوار الاتّصالية، وتحقيق المساواة بين المشاركين في

الاتّصال والتماثل في القوى الاتّصالية، أي انه يؤدي إلى الاتّصال والاتفاق الجماعي من خلال التبادل الحر للآراء من دون تدخل أو تأثير من مصادر وقوى خارجية أخرى.

أهمية مشاركة وتفاعل الجمهور مع البرامج التلفزيونية:

انّ المشاهدة التلفزيونية تمثل نقطة البدء لعمليات التفاعل بين الجمهور كأفراد ورسائل القائمين بالاتّصال كمرسلين؛ وهي ذلك التعرض الإعلامي الذي يتمثل في استقبال الجمهور للخطاب الإعلامي من خلال وسائل الاتّصال الجماهيرية، لكن هذا التعرض تتحكم فيه عدة عوامل، ومن بين هذه العوامل نجد العوامل الديمغرافية والإجتماعيّة، كارتباط هذا التعرض بالجنس والعمر والمهنة والمستوى التعليمي والإجتماعيّ والإقتصاديّ، فتكرار واستمرار التعرض للبرامج التلفزيونية يطلق عليها عادات المشاهدة التي لا يمكن أن يستغني عنها الجمهور بعد متابعته المستمرة لبرنامج معين، وعادة يخضع التعرض للعمليات السلوكية المعروفة في الإعلام ومنها التعرض الانتقائي والتذكر الانتقائي والادراك الانتقائي والتاويل.

وقد ركزت الدراسات الحديثة - التي تستمد أصولها من الدراسات الثّقافيّة- على الجمهور المتلقي في حد ذاته باعتباره متلقياً أكثر نشاطا، وذلك من خلال تركيز اهتمامها حول عدّة قضايا مهمة للتعرض ومنها:

احتمالية المعنى: تشكّل دراسات التلقي اتجاها بارزا وتحوّلا جذريا في مجال دراسة الجمهور، لأنّها تتعامل مع فرضية تتعلّق بالطابع الاحتمالي لإنتاج المعنى. حيث تؤكّد هذه الفرضية أنّ المعاني ليست خصائص ثابتة في النصوص التلفزيونية، بل هي نتاج لتفسير المشاهد. ويترتّب على ذلك أنه ليس ثمّة شيء في النصوص يمكن لعمليات الفهم والإدراك أن تراه مطابقا لما يقصده منتجو النص، وإنما يوجد في مقابل ذلك عملية تفسير، يُنتج المشاهد الدلالات من خلالها عبر نشاط تأويلي وفق مستويين اثنين وهما:

- الفهم والإدراك: يحوّل المشاهدون في هذا المستوى ما يشاهدونه ويسمعونه على الشاشة إلى "معنى" أساسي لما يعرض أو يقال ولما يحدث فعليًا، باِستخدام الألفاظ والسياقات التي تتم فيها هذه الاِستخدامات، ومن ثمّ فإنّ النشاط التفسيري ما هو إلاّ مجموعة من القواعد والمعايير المستخدمة في عمليات التّعرُّف إلى ما يشاهد ويسمع.

- الاستجابة: وهي مستوى من التفسير، تظهر نتائجها من خلال عمليات التفاعل بين النّص والمشاهد، وذلك من خلال تقييم المشاهدين الخاص والواعي لما شاهدوه وسمعوه، وهو يحقّق معنى ودلالة داخل إطار ميولهم ومعارفهم، حيث إنّ هذه الاستجابات إزاء البرامج التلفزيونية تختلف وتتنوع إلى حد بعيد.8

- جمهور التلفزيون "الفاعل": تعتبر مشاهدة التلفزيون مجموعة من الأنشطة ذات شكل اجتماعي وثقافي، حيث يتعلق جانبا منها بالمعنى الخطابي، ومشاهدو التلفزيون مبدعون وفاعلون، فهم لا يتقبلون ببساطة ودون نقد للمعاني النصية؛ بل يتعاملون معها من خلال قدراتهم ومهاراتهم الثّقافيّة المكتسبة سابقا.

علاوة على ذلك، فإنّ النصوص لا تُجسِّد مجموعة واحدة من المعاني الخالية من الغموض والإبهام، بل تحمل معاني متعددة، ومن ثَمَّ فإن أفراد الجمهور فاعلون حقيقيون، حيث يتعامل أفراد الجمهور المكونون بصورة مختلفة مع معاني نصية مختلفة ولذلك يطلق عليهم: "جمهور فاعل ومنتج وواسع الاطلاع وليس مجرد متلق يتاثر بالنص(9).

ومن المظاهر الأساسية لجمهور المتلقين في العملية الإعلامية (المشاهدة التلفزيونية)، أنّه لا يعتبر مجرد متلقٍ يتعرّض ويتأثّر أو لا يتأثر بالخطاب الإعلامي، لكنه طرف متفاعل ونشط في هذه العملية، لذلك فإنّه يقوم بدور بمجرد أن يتفاعل مع الخطاب الإعلامي، وينعكس ذلك من خلال إظهار ذاته الإِجتماعيّة من جهة وإسهامه كطرف في حركية العملية الإعلامية واستمراريتها من جهة ثانية.

ومن هنا يأتي الدور النقدي الذي يقوم به كل عضو من أعضاء الجمهور فيما يتعلق بعناصر العملية كلها، والدور النقدي هو الذي يؤثر في استمرار عملية التعرض أو الانسحاب منها بناءا على الممارسة التي يقوم بها المتلقي كطرف في المشاهدة التلفزيونية(10).

وعليه، فإنّ التجربة التلفزيونية ما هي إلاّ تجربة إعلاميّة تستدعي مشاركة سيكولوجية من طرف المشاهد، لأنّ التلفزيون ما هو إلا وسيلة يوظّف الصورة والصوت ممّا يؤدي إلى جذب المشاهد نحوه وجعله يوظّف قدراته للتفاعل والمشاركة وحدد الباحثون نوعين من التفاعل(11):

التّفاعليّة المتعدية البسيطة interactivité transitive simple: يستطيع المشاهد أن يبلغ هذه الدرجة عندما يجلس أمام التلفزيون في اللحظة التي يختار فيها مشاهدة برنامج ما ضمن بقية البرامج المقترحة، فمحتوى البرامج المرشحة للمشاهدة لا تتأثر بهذا الاختيار مهما كانت درجة تكراره وعفويته.

التّفاعليّة المتعدية القوية interactivité transitive forte : حيث يستطيع المشاهد في هذه المرحلة أن يتدخّل في أثناءِ الحصص التلفزيونية بوِساطة الهاتف والانترنيت والتفاعل والمشاركة وبالتالي رد فعله يؤثّر في سير البرنامج.

ان بداية البرامج التّفاعليّة في التلفزيون في منتصف التسعينات ، اي جعل المتلقي جزءا من البرنامج التلفزيوني، " في تموز – يوليو1999" 12، إن هذا البرنامج الذي قدمته قناة Nbc الأمريكية يعد البداية الأولى للبث التفاعلي التلفزيوني، والذي جعل من المتلقي جزءاً لا يتجزأ من بنية العرض للتصويت على محاكمة مجرم، كما أن بداية التّفاعليّة التلفزيونية بالتأكيد هي مع برامج تلفزيون الواقع ، على الرّغم من أن برامج تلفزيون الواقع سبقتها بعدة سنين اي مطلع التسعينات، ولكن التسمية المتكاملة لبرامج تلفزيون الواقع اكتسبت كمالها مع انطلاق البث التفاعلي، مما حدا بأحد منظري تلفزيون الواقع ومنتج البرنامج الواقعي (الأخ الأكبر) (Big Brother) الذي قدمته القناة الهولندية الأولى عام 1991 ثم قدم بأشكال متعددة في العشرات من الدُّوَل العالميّة (غاري كارتر) أن يقول "يجب على العرض حتى ينطبق عليه تلفزيون الواقع أن يتضمن عنصر تفاعل الجمهور"(13)، حتى عدت البرامج التّفاعليّة هي

الحاضنة الأولى والأخيرة لبرامج تلفزيون الواقع، ثم توالت البرامج التّفاعليّة مثل برامج المسابقات والتي ركزت على تصويت المتلقي من خلال البريد الإلكترونيّ أو الهاتف، ولكنها لم تأخذ كينونتها المتكاملة مثل برامج تلفزيون الواقع وبالنتيجة انصهرت في برامج تلفزيون الواقع، ثم شهد القرن الحادي والعشرون مرحلة أكثر أهمية للتفاعلية من خلال التصويت على اختيار النهايات والتحكم بالبنية الدرامية، 14 وهنا ظهر ما يسمى بالحداثة الزائفة التي اكد عليها السيد الن كيربي في التّفاعليّة التلفزيونية التي بينها في مقالته المنشورة في العدد(58) من مجلة الفلسفة البريطانية بعنوان (ما وراء موت ما بعد الحداثة) عام 2006، يرى السيد ألن كيربي، أن الحداثة التّفاعليّة حداثة زائفة لأنها "جعلت من فعل الفرد شرطاً ضرورياً للإنتاج الثّقافيّ"(15)، وتسخير التكنولوجيا لإيجاد فسحة تفاعلية للمتلقي في بنية النص وكسر قدسية النص المنغلقة على ذات المؤلف سابقا والتي تجعل المتلقي ذاتا متأثرة فقط سواء بالتطهير الأرسطي أو غيره، وكذلك يقول السيد كيربي "أما الأخ الكبير(ويقصد به برنامج الأخ الأكبر (Big Brother) الذي قدمته القناة الهولندية الأولى عام 1991) فهو نموذج مثالي لنصوص الحداثة الزائفة. فهو مثلا، لن يخرج إلى حيز الوجود إذا لم يتصل أحد من الجمهور للتصويت، وتبعا لذلك يصبح التصويت جزءاً من النصية المادية للبرنامج،16، ويرى اخرون عكس ما يراه السيد الن، فهم يرون أن المتلقي المشارك في بنية الحدث ايجابيا في فترة معينة يبقى متفاعلا حتى في فترة خروجه، متفاعلا في التلقي، فهو يتابع، ماذا أضافت مشاركته، هل غيرت في الأحداث هل غيرت في مستويات المشاركين، ثم يبدأ بنسج مشاركة أخرى تتماهى مع التغيرات الجديدة ليدخل مرة أخرى مشاركا متفاعلا مؤثرا ومغيرا لسير الأحداث، وهنا التفاعل يبقى إيجابيا.**(17)**

الدراسة الميدانية:

خصائص مجتمع البحث:

يجدر التذكير في البداية إلى أنّ حجم العينة قد بلغ 90 مفردة، تم تشكيلها بطريقة قصدية، ولقد تم توزيع 100 استمارة واستبعدنا 10 استمارات غير صالحة للدراسة، وذلك لعدم إجابة المبحوثين عن كل الأسئلة. .

ومن خلال فحص البيانات، نستطيع تقديم صورة عامة عن خصائص مجتمع البحث وفق المتغيرات التالية:

جدول رقم -1- يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع

التكرار النوع	العدد	النسبة المئوية
ذكور	67	74,4%
إناث	23	25,5%

المجموع	90	100%

يتبين من الجدول اعلاه ان عدد الذكور بلغ 67 وبنسبة 74,4% بينما بلغ عدد الاناث 23 وبنسبة 25,5% مما يدلل على ان الذكور في كلية الإعلام يتابعون البرامج التّفاعليّة اكثر من الإناث لان العينة هنا قصدية خاصة بالذين يتابعون او يشاركون في البرامج التّفاعليّة .

جدول رقم 2 يوضح اكثر القنوات متابعة من قبل المبحوثين:

التكرار القناة	العـدد	النسبة المئوية
اجنبية ناطقة بالعربية	36	40%
العربية	34	37,7%
عراقية	20	22,22%
المجموع	90	100

يتضح من الجدول ان البرامج التّفاعليّة على القنوات الاجنبية الناطقة بالعربية متابعة من قبل المبحوثين اكثر من غيرها من القنوات حيث سجلت 36 وبنسبة 40% وجاءت بعدها القنوات العربية 34 وبنسبة 37,7% في حين جاءت القنوات العراقية اخرا وبواقع 20 متابعاً وبنسبة 22,22% مما يدلل على تميز البرامج التّفاعليّة على الناطقة بالعربية وتميزها على البرامج التّفاعليّة في القنوات بالعربية، وذلك لاسباب متعددة منها الامكانات التقنية المستخدمة افضل اِستخدام في هذه القنوات، اضافة الى مساحة الحرية التي تمنحها هذه البرامج للمشاركين سواء للضيوف او للجمهور المشارك.

جدول رقم 3- يوضح اهم البرامج التّفاعليّة

التكرار البرنامج التفاعلي	العـدد	النسبة المئوية
نقطة حوار	34	37.7%
عرب ايدل	20	22,22%
الهوا الك	20	22,22%
اسرار الفلك	16	17.7%
المجموع	90	100

يبين الجدول ان نقطة حوار على قناة البي بي سي عربي حاز على أعلى نسبة مشاهدة وبواقع 34 مشاهداً وبنسبة 37,7% بينما جاء عرب ايدل على ام بي سي4 بالمركز الثاني وبرنامج الهوا الك على قناة السومرية وبواقع 20 مشاهداً لكل منهما وبنسبة 22.22% وجاء اخيرا برنامج أسرار الفلك على السومرية وبواقع 16 مشاهداً وبنسبة 17.7% ، مما يدلل على ان اهتمامات المبحوثين اقتصرت على نوعين من البرامج السياسية والترفيهية.

جدول رقم 4 يوضح نوعية المتابعة

التكرار انوع المتابعة	الـعدد	النسبة المئوية
مشاهدة فقط	60	66,6%
مشاركة	30	33,3%
المجموع	90	100%

يبين الجدول ان غالبية المبحوثين من الفئة الاولى من التّفاعليّة والتي تقتصر فاعليتها على اختيار البرنامج والقناة والاستمرار بالمشاهدة وبواقع 60 مبحوثاً وبنسبة 66,6% اما المبحوثين الأقل فهم من الفئة الثانية من التّفاعليّة وهي الأنشط والأكثر اِستخداما لحقها بادلاء رأيها بالبرنامج وبواقع 30 مبحوثاً وبنسبة 33.3%.

جدول رقم 5 يوضح نوعية المشاركة

التكرار نوع المشاركة	الـعدد	النسبة المئوية
إبداء رأي	15	50%
توجيه سؤال	10	33.3%
مداخلة مع ضيف	5	16.6%
المجموع	30	100%

يتضح من الجدول ان النسبة الاعلى من المشاركين الثلاثين يبدون آراءهم في الموضوع المطروح للمناقشة في البرنامج وبواقع 15 مبحوثا وبنسبة 50% بينما اقتصرت مشاركة 10 مبحوثين وبنسبة 33.3% على طرح سؤال خلال المناقشة لأحد الضيوف، وجاء المركز

الاخير للمداخلة مع الضيف وبواقع 5 مبحوثين وبنسبة 16.6% ونلاحظ من الجدول خلو المشاركات من الاسهامات الفاعلة في لبرنامج كتزويده بالوثائق والافلام المصورة شخصيا من قبل المشارك خلال تواجده بمكان الحدث، او حتى عن طريق المشاركة المصورة بكاميرا الإنترنت وغيرها من الوسائل التّفاعليّة الحديثة.

جدول رقم 6 يبين نوع الوسيلة المستخدمة في المشاركة

التكرار نوع الوسيلة	العدد	النسبة المئوية
رسائل الاس ام اس	25	83,3%
الهاتف النقال	4	13,3%
الايميل	1	3,33%
المجموع	30	100%

يتضح من الجدول ان 25 من المبحوثين ونسبتهم 83.3% شاركوا من خلال إستخدامهم خدمة الرسائل عبرالهاتف النقال في حين استخدم 4 منهم وبنسبة 13,3% المكالمة عبر الهاتف النقال، اما المبحوث الوحيد المتبقي من المبحوثين الثلاثين الذين يشاركون في البرامج التّفاعليّة فقد اختار الايميل لتوصيل مشلركته وبنسبة 3,33%.

جدول رقم 7 يوضح اسباب ضعف المشاركة في البرامج التّفاعليّة

التكرار اسباب الضعف	العدد	النسبة المئوية
ضعف خدمة الإنترنت في العراق	32	35,5%
ارتفاع سعر المكالمة بالهاتف النقال	23	25,5%
الخوف من الملاحقة القانونية	15	16,6%
الخوف من مخالفة راي الاكثرية	11	12,2%
عدم جدوى المشاركة	9	10%
المجموع	90	100%

يتضح من الجدول أن أهم أسباب ضعف المشاركة في البرامج التّفاعليّة يعود الى ضعف خدمة الإنترنت في العراق وبواقع 32 مبحوثاً وبنسبة 35.5% مما يقف عائقا امام مشاركة الراي العراقي الشاب في البرامج التّفاعليّة العربية او المحليّة او في الفضائيات الناطقة باللغة العربية ولكافة المواضيع سواء كانت عربية – محلية – دولية. اما السبب الثاني حسب راي المبحوثين فيكمن بارتفاع سعر المكالمة الهاتفية عبر الهواتف النقالة وبواقع 23 مبحوثا وبنسبة 25,5%، في حين جاء الخوف من ابداء الراي تخوفا من الملاحقة القانونية ثالثا وبواقع 15 مبحوثا وبنسبة 16.6%مما يدل على وعي الطلبة المبحوثين بمسؤليتهم الاِجتماعيّة وعيهم الإعلامي خاصة اذا لم تتوفر لديهم الادلة الموثقة لارائهم ضد اية جهة رسمية كانت ام غير رسمية وجاء رابعا سبب التخوف من مخالفة راي الاغلبية وبواقع 11مبحوثا وبنسبة 12.2%. اما الراي الاخير فكان يمثل حالة الاحباط لدى بعض الشباب بعدم جدوى الحديث عن المشاكل او حتى طرح الحلول الناجعة لها وكان هذا السبب يمثل راي 9 من المبحوثين وبنسبة 10%.

جدول رقم 8 يوضح سبب متابعة المبحوثين للبرامج التّفاعليّة

التكرار اسباب المتابعة	الـعدد	النسبة المئوية
تناقش مواضيع مهمة	33	36.6%
تعطي مساحة اكبر للنقاش ووجهات النظر	27	30%
تطرح حلولاً متنوعة للمشكلة الواحدة	20	22.2%
تعطي مساحة لحرية الراي	10	11.11%
المجموع	90	100%

يتضح من الجدول ان سبب تفضيل المبحوثين للبرامج التّفاعليّة اكثر من غيرها من انواع البرامج التلفزيونية هو قدرة هذه البرامج على مناقشة المواضيع التي تهم اكبر شريحة من المشاهدين وبواقع 33 مبحوثا وبنسبة 36.6% اما المركز الثاني فكان لاعطاء هذه البرامج مساحة اكبر للنقاش ووجهات النظر وبواقع 27 مبحوثا وبنسبة 30%، بعدها جاء طرح حلول متنوعة للمشكلة الواحدة وبواقع 20 مبحوثا وبنسبة 22,2% اما اعطاء مساحة لحرية الراي وتوفير المساحة الزمنية اللازمة وبواقع 10 مبحوثين وبنسبة 11.11%.

جدول رقم 9 يوضح سبب تواضع البرامج التّفاعليّة في القنوات المحليّة

اسباب عدم المشاركة التكرار	الـعدد	النسبة المئوية
انخفاض المستوى المهني للعاملين	30	33,3%
التخوف من اعطاء هامش من الحرية للمشاركين	25	27,7%
اغلبها مستنسخة عن برامج عربية	20	22,2%
افتقار اغلب المؤسسات للموضوعية	10	11,11%
افتقارها للتقنية اللازمة	5	5,55%
المجموع	90	100%

يتضح من الجدول ان انخفاض المستوى المهني للعاملين في الفضائيات المحليّة من معدين ومقدمين ومنتجين هي من اهم الاسباب وراء انخفاض مستوى البرامج التّفاعليّة، وبالتالي انخفاض نسبة المشاهدة والتفاعل في مثل هذه البرامج، واحتل هذا المحور المركز الاول وبواقع 30 مبحوثا وبنسبة 33,3% في حين جاء التخوف من اعطاء هامش من الحرية للمشاركين ثانيا وبواقع 25 مبحوثاً وبنسبة 27,7% وهذا نابع من سياسة المؤسسة الإعلامية التي هي بدورها انعكاس للسياسة العامة بالبلد المعني، مما يؤثر سلبا على اختياروعرض الموضوع في البرنامج وبالتالي يؤثر في نوعية المشاركة فيها. اما نوعية الإنتاج في هذه المؤسسات فجاءت ثالثا وبواقع 20 مبحوثا وبنسبة 22,2% اذ تغلب على هذه البرامج صفة التقليد الى حد استنساخ هذه البرامج من الفضائيات العربية او الناطقة باللغة العربية، مما يشعر المشاهد بالملل خاصة اذا كانت النسخة المقلدة اقل مستوى من النسخة الاصلية فيعزف عن متابعتها، اما افتقار المؤسسات المحليّة الى الموضوعية فجاء رابعا وبواقع 10 مبحوثين وبنسبة 11.11% وافتقار الموضوعية في تناول المواضيع او عرض وجهات النظر من اهم صفات الافتقار الى المهنية في العمل الصحافي الذي يعرض سمعة المؤسسة الإعلامية للخطر وجاءت الافتقار الى التقنية المناسبة اخرا وبواقع 5 مبحوثين وبنسبة 5,55% وهي واحدة من الاسباب التي تؤثر في شكل البرنامج وعنصر الابهار فيه الذي يؤثر في نسبة المشاهدة لان الابهار صفة لازمة للعمل التلفزيوني.

جدول رقم 10 يوضح نسب المشاركة حسب مواضيع الحلقات

االموضوع التكرار	الـعدد	النسبة المئوية
المواضيع السياسية المحليّة في الفضائيات الناطقة بالعربية	10	33,3%

المواضيع السياسية المحليّة في الفضائيات االعربية	7	23,3%
المواضيع السياسية المحليّة في الفضائيات المحليّة	5	16.6%
البرامج الترفيهية العربية	4	13,3%
البرامج الترفيهية المحليّة	3	10%
المجموع	03	100%

يتضح من الجدول ان اكبر مشاركة للمبحوثين كانت من خلال الفضائيات الناطقة باللغة العربية اذا ما ناقشت مواضيع سياسية محلية وبواقع 10 مبحوثين وبنسبة 33,3% وهذا يدلل الى توق المبحوثين للتعبير عن رايهم في قضايا بلدهم بمثل هذه الفضائيات لما تمثله من قيمة في الحرية وابداء الراي، في حين فضل 7 من المبحوثين وبواقع 23,3% للمشاركة في المواضيع المحليّة المعروضة على القنوات العربية واقتصرت المشاركة في الفضائيات المحليّة على 5 مبحوثين وبواقع 16.6% وشارك 4 مبحوثين فقط وبواقع 13,3% في البرامج الترفيهية العربية و3 مبحوثين وبواقع 10% في البرامج الترفيهية المحليّة.

جدول رقم 11 يوضح مناقشة المواضيع مع الاهل والاصدقاء

التكرار المناقشة	الـــعدد	النسبة المئوية
يناقش مع العائلة	56	62.2%
يناقش مع الاصدقاء والزملاء	34	37.7%
المجموع	90	100%

يبين الجدول ان النسبة الاكبر من المبحوثين يناقشون المواضيع التي شاهدوها او شاركوا فيها مع الاهل وبواقع 56 مبحوثا وبنسبة 62.2% مما يدل على ان المبحوثين من النوع النشط من المشاهدين، اما الاخرون وبواقع 34 وبنسبة 37.7% فهم يناقشون هذه المواضيع مع الاصدقاء لانهم من اعمار متقاربة واراء قد تكون متقاربة وقد يرغب المبحوثون من مناقشة برامجهم المفضلة مع اصدقائهم لاسباب اخرى قد تتعلق بحب الظهور والعارف بخفايا الامور.

جدول رقم 12 يوضح ارتباط تحسن المشاركة بتحسن الخدمات

التكرار تحسن الخدمات	الـعدد	النسبة المئوية
تتحسن المشاركة بتحسن خدمات الإنترنت	35	38.8%
تتحسن المشاركة بتوسع مساحة الحرية	30	33.3%
تتحسن المشاركة اذا تحسنت كفاءة الفضائيات المحليّة	25	27.7%

يبين الجدول الرغبة لدى المبحوثين للمشاركة الفعالة في البرامج التّفاعليّة في حال تحسنت الظروف والخدمات اللازمة، فقد اكد 35 مبحوثا وبنسبة 38.8% رغبتهم بالمشاركة في حال تحسنت خدمات الإنترنت بالبلد في حين اكد 30 مبحوثا وبنسبة 33.3% على الرغبة بالمشاركة في حال تحسنت نسبة المساحة الممنوحة لحرية الراي في الفضائيات المحليّة، اما باقي المبحوثين والبالغ عددهم 25 وبنسبة 27,7% فقد ربطوا مشاركتهم بتحسن كفاءة الفضائيات المحليّة على كافة الصعد .

الاستنتاجات :

خرج البحث بعدد من الاستنتاجات منها :

1- ان عدداً كبيراً من المبحوثين تقتصر مشاركتهم في البرامج التّفاعليّة على اختيار البرنامج التفاعلي من دون الاسهام في محتواه، وعدداً اقل منهم يشارك مشاركة فاعلة بمثل هذه البرامج.

2- ان سبب عدم المشاركة بمثل هذه البرامج متعددة منها سوء خدمات الانترنيت –ارتفاع اجور المكالمات –يأس المشاركين من احداث تغيير في الازمة موضوع النقاش وغيرها من الاسباب.

3- ان القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية هي اكثر القنوات التي يحبذ المبحوثون المشاركة في برامجها وذلك للحرية المتوفرة لابداء الراي بمثل هذه القنوات.
4- ان سبب عزوف المبحوثين عن المشاركة في البرامج التّفاعليّة المحليّة على قلتها يعود الى افتقار هذه الفضائيات للمهنية في إنتاج برامجها.
5- يلجأ المبحوثون للتعويض عن عدم مشاركتهم في البرامج التّفاعليّة مشاركة فاعلة، فانهم يميلون الى مناقشة برامجهم المفضلة مع العائلة ومع الاصدقاء والزملاء.
6- يميل المبحوثون الى المشاركة الفاعلة في البرامج التّفاعليّة في حال تحسنت الخدمات التقنية للبلد من خدمات الإنترنت والتواصل الإِجتماعيّ.
7- يميل المبحوثون الى المشاركة في المواضيع السياسية المحليّة سواء المعروضة في الفضائيات الاجنبية الناطقة بالعربية او العربية او المحليّة لاهميتها بالنسبة لهم ولمعرفتهم بخلفيات بعض منها.

الخلاصة:

بما ان الجمهور هو منتهى العملية الاتّصالية ونجاح اي برنامج تلفزيوني يعتمد على تواصل الجمهور ومتابعته له، وبما ان البرامج التّفاعليّة اساسها الجمهور، والتقنية والمشاركة في هذه البرامج تعد مشكلة حقيقية في الفضائيات العربية بصورة عامة والعراقية بصورة خاصة لما تتطلبه من عناصر اساسية لا بد من توفرها في نجاح اي برنامج، اضافة الى ضرورة توفر البنى التحتية الضرورية من شبكات اتصال وانترنت وجمهور واع وقادر على اِستخدام هذه التقنيات لاغناء البرامج التّفاعليّة خاصة بالمعلومة والصور والصوت والوثائق، ومن هنا تنبع مشكلة البحث خاصة للجمهور العراقي المشارك بمثل هذه البرامج سواء بالفضائيات العربية او العراقية لما يعانيه العراق من ضعف في هذه الخدمات.

وتاتي اهمية البحث من أهمية التلقي أو التعرض لوسائل الاتّصال بحد ذاتها، خاصة بعد الانتشار الواسع الذي عرفته وسائل الإعلام عامة والتلفزيون خاصة كتكنولوجيا منزلية.

ومن هنا تأتي أهمية الدراسة لاغناء التراث العلمي ببحث متواضع عن واحد من اهم انواع البرامج التلفزيونية في الوقت الحاضر لمعرفة مدى مشاركة الشباب بمثل هذه البرامج ومدى فاعلية هذه المشاركة خاصة وان الابحاث في هذا المجال لا تزال قليلة ويهدف البحث إلى الاجابة عن التساؤلات الاتية :

1- ماهي أنماط تعرض جمهور الطلبة إلى برامج التلفزيون؟

2- ماهي الإشباعات المختلفة التي يتحصل عليها الطلبة من متابعة البرامج التلفزيونية التّفاعليّة؟

3- هل تمثل البرامج التّفاعليّة وسيلة فاعلة لابداء الراي للطلبة تمكنهم من أداء وظائف أخرى؟

4- هل تؤدي البرنامج التفاغلية دورها باستيعاب جميع الاراء بما فيهم رأي الطلبة؟

5- هل تؤثر البرامج التّفاعليّة على طريقة فهم الطلبة للمواضيع الساخنة عربية كانت ام محلية؟

واعتمد البحث على منهج المسح لمعالجة الإشكالية والتساؤلات المطروحة حول الموضوع للحصول على إجابات ومواقف وردود أفعال الجمهور المبحوث حول الإشكالية المطروحة بهدف الوصول إلى نتائج قد تسمح لنا بمعرفة اهم المعوقات امام المشاركة الفاعلة للجمهور بالبرامج التّفاعليّة.

و مجتمع البحث يتمثل في جمهور الطلبة الجامعيين في كلية الإعلام. وقد وقع اختيارنا على هذا التخصص عمدا، لانه من التخصصات التي تهتم بالشأن السياسي والرأي العام وحرية الراي وضرورة اشراك المواطن بصنع القرار، إضافة إلى أن طلبة كلية الإعلام هم أكثر التخصصات فهما للتفاعلية في وسائل الإعلام وتمييز هذا النوع من البرامج عن البرامج التلفزيونية الأخرى.

أما فيما يتعلّق بعينة البحث، فقد وقع اختيارنا على العينة العمدية (القصدية)، علما أنّ حجم العينة بلغ (90) طالباً وطالبة.

وقد خرج البحث بعدد من الاستنتاجات هي:

1- إن عددا كبيرا من المبحوثين تقتصر مشاركتهم على اختيار البرنامج التفاعلي من دون الاسهام في محتواه، وعدد اقل منهم يشارك مشاركة فاعلة بمثل هذه البرامج.

2- إن سبب عدم المشاركة بمثل هذه البرامج متعددة منها سوء خدمات الانترنيت –ارتفاع اجور المكالمات –يأس المشاركين من احداث تغيير في الازمة موضوع النقاش وغيرها من الاسباب.

3- ان القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية هي اكثر القنوات التي يحبذ المبحوثون المشاركة في برامجها وذلك للحرية المتوفرة لابداء الراي بمثل هذه القنوات.

4- ان سبب عزوف المبحوثين المشاركة في البرامج التّفاعليّة المحليّة على قلتها يعود الى افتقار هذه الفضائيات للمهنية في إنتاج برامجه.

قائمة المصادر والمراجع

1- أماني أبو رحمة، معن الطائي، الفضاءات القادمة: الطريق إلى بعد ما بعد الحداثة، القاهرة، مؤسسة أروقة والترجمة والنشر، 2011.

2- جونثان بينغل ,مدخل الى سيمياء الإعلام,ترجمة د- محمد شيا, بيروت,المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع,2011.

3- خدادة سالم، النص وتجليات التلقي، حوليات الآداب والعلوم الإجتماعيّة، الكويت، 2000.

4- راسم محمد الجمال، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح 1999.

5- عبد الرحمن عزي، الزمن الإعلامي والزمن الإجتماعيّ: قراءة في تفكك بنية التحوّل الثّقافيّ بالمنطقة العربية، مجلة المستقبل العربي، العدد321، بيروت، لبنان، 2005.

6- كريس باركر، التلفزيون والعولمة والهويات الثّقافيّة، ترجمة علا أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، 2006.

7- مارك اندريجيفيك، تلفزيون الواقع، تر: أديب خضور، دمشق، المكتبة الإعلامية، 2008.

8- محمد شلبي، المنهجية في التحليل السياسي: المفاهيم، المناهج، الاقترابات، والأدوات، ديوان المطبوعات الجامعية، لبنان، 1997.

9- مصطفي سويف، دراسات نفسية في الإبداع والتلقي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1999.

10- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، ط 1، 2002.

11- محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1993.

12- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006.

إشكاليات التلقــي الرّقْميّ: بين التيارات الفكرية... والاِستخدامات الاِجتماعيّة

أ. ليندا محمودي

الجامعة اللبنانية

د. إيمان سوقال

جامعة محمد الشريف مساعدية - سوق أهراس - الجزائر

مقدمـة

إن الخطابات التي تروجها وسائل الإعلام ليست متجانسة أبدا وإن كان مرسلوها يرمون إلى هيمنة حقيقية ليست الأوساط المهيمنة قادرة، ببساطة، على احتلال مواقع من دون الاستناد إلى نظام من التحالفات المؤقتة وغير المستقرة بالضرورة، فجزء من التفاعلات والخصائص المدركة لابتكار تكنولوجيا المعلومات التي تؤثر في القرارات المتعلقة بالاِستخدام هي: الطوعية في الاِستخدام، الصورة (تحسين صورة الشخص أو حالته الاِجتماعيّة) التوافق، سهولة الاِستخدام، قابلية التجزئة، الوضوح. وإننا نمر من نظام التفرقة إلى نظام الاختلاط، ومن الإقصاء إلى الإنتقائية.

فمستخدمو الوسائط الجديدة وتلقيهم للمضامين الإعلامية والاتّصالية في ثورة تكنولوجيا الاتّصال الجديدة التي لم تكتمل ولم تظهر تأثيراتها في مفهوم الجمهور بوضوح، ولكنها أعطت للجمهور أبعاداً تتجاوز الحدود السياسية والجغرافية والثّقافيّة، بل أصبح متواجدا في كل مكان وفي نفس الزمن بصورته وصوته وكلماته كمرسل ومتلقٍ. حيث إن المتلقي يسحب الرسالة من الرمز الذي يفضله المرسل من أجل إعادة إدماجها في إطار مرجعيّ آخر. وحيث يستخدم النص المترابط أو المتشعب كل الإمكانيات والبرامج التي يوفرها الحاسوب وشبكة الإنترنت والتي تخضع لتطور مستمر، وهذا ما ينتج عنه تعدد أنظمة العلامات التي يوظفها، والتي تنعكس فيما بعد على طريقة التلقي.

أولاً: نظرية التلقي والتوجه نحو الرّقْميّ

التلقي كان بمثابة البعد المخفي والمهمل للاتصال. كان بالإمكان توجيه هذا الإدعاء من دون شك إلى التيارات المؤسسة للفكر الاتّصالي. لكن لم يعد له أي مبرر في الحاضر ما دامت قد تعددت المقاربات التي تضع القارئ والمتفرج والمستعمل أو المستهلك في المقام الأول. وعلى الرّغم من أن منظور الاِستخدامات والاشباعات لم يكن عملاً حاسماً ومؤثراً ومباشراً في ظهور حقل سوسيولوجيا الاِستخدام، إلا أنه ساعد على نقل ميدان البحث من التّأثير نحو التلقي، ونجدالباحث سيرج برولكس يؤكد أن علم الاجتماع الإعلامي رحل أسئلته المعرفية في

الستينيات والسبعينات من القرن الماضي من مركزية الوسيلة الإعلامية، أي تأثيرها المركزي ذي الاتجاه الرأسي إلى مركزية المتلقي، أي ماذا يفعل المتلقي بوسائل الإعلام، هذا السؤال الذي نشط الكثير من البحوث في الدراسات الاتّصالية، وتحديدا في كيفية معالجة المسألة. وكان يجب استثمار التجارب في الدراسات الأدبية، التي كانت سباقة في إثارة مسألة التلقي من خلال مدخل اللسانيات الحديثة، لاسيما علم الرموز الذي كان له أهمية كبيرة منذ بروز كتابات رولان بارت Roland Barthe وحديثه عن موت الكاتب في دراسة مسألة التلقي، وكيف تحتل الرموز مكانة في هذه العملية. ولم يبدأ التدقيق في مسألة أشكال التلقي، إلا مع أمبرتو إيكو Umberto ECO عندما صنف القراء إلى نوعين، المتلقي الحاذق الذي ينتبه إلى بنية النص، والمتلقي الساذج الذي ينحصر في ثنايا النص.

وليس الاهتمام الذي حظي به المرسل إليه ثمرة لنظرة واحدة أو لدراسات الاتّصال بحصر المعنى لوحدها. إذ نصادف هذا الاهتمام كذلك في الأعمال المستوحاة من الظاهراتية لهانس روبرت ياوس حيث عالج النص من خلال نظرته الجديدة في التاريخ التي تقوم على الاهتمام بالمتلقي باعتباره الطرف الفعال، وبتاريخية التلقي (تاريخ الأدب) عند ياوس. وهو لا يعني به تاريخ نص الوقائع الأدبية، إنما التاريخ الذي يعمل كمقياس لقياس التّأثيرات التي يولدها عمل ما عند جمهور ما (المتلقي الأول)، ثم تتوالى سلسلة القراءات. ومع كل قراءة جديدة يقوم المتلقي بقياس الأعمال المهمة وفق آراء السابقين من النقاد في النص، ومن ثم تجديد التلقي عن طريق الحذف والإضافة والتغيير، ثم مقارنتها مع القراءات السابقة، ومن ثم تجديد تاريخ الأدب. وعند تلقي نص معين يحتاج المتلقي إلى معرفة جملة من الأمور منها: الظروف التي أحاطت بالنص الذي يتلقاه، معرفة أفق التلقي الأول. هنا تكمن اللحظة التاريخية، قيام المتلقي الثاني بعملية تأويل جديدة للنص- لا نعني به أي قارئ بل القارئ ذا الذوق المدرب - معرفة مدى تطابق أفق التلقي بين الماضي والحاضر. ولمدرسة كونستانس CONSTANCE حول التأويل في قراءة النصوص الأدبية دور بارز في بناء نظرية التلقي، فلقد انطلقت هذه الحركة بالمحاضرة التي ألقاها الباحث هانس روبرت جوس Hans robertJauss سنة 1977 وصدرت بعد ثلاث سنوات في كتاب له وتلاه مباشرة كتاب المؤلف ولف غونغ إيزر wof gang iser ولقد أسس جوس مقاربة "جمالية التّأثير والتلقي" معارضة لجمالية الإنتاج والتمثيل التي تميز في نظره كلا من المقاربة الماركسية والشكلانية، حيث تؤكد أعمال هؤلاء استمرارية مسار مجهودات العديد من المدارس من أجل تسليط الضوء على مسألة التلقي.

فيشكّل مفهوم التلقي، الذي نبع من المعجم التقني والمنفصل عن تضميناته السيبرنيطقية والسلوكية، ملتقى كل التساؤلات حول الجمهور منذ أن تحدثت المدرسة الأدبية التي سميت باسم مدينة كونستانس Constance في ألمانيا بقيادة هانز روبرت جوس وولفغانغ إيزر Wolfgang Iser عن جمالية التلقي كرد فعل على النظرية النقدية. لقد قام جوس في سبعينات القرن الماضي بإحداث قطيعة عندما أقحم اللذة في أنماط قراءة العمل الأدبي (لقد أعاد الأدب إلى المجال اليومي)، لقد تمت إعادة أذواق الفنون والتواصل إلى المعاش اليومي. وأثار فكرة التقاء أفق الانتظار أو تطلع النص (متطلباته الأسلوبية الخالصة) بأفق القارئ الشخصي

(عالمه الشخصي والاِجتماعيّ)، وهكذا أنزل الأدب من عليائه وأدراجه في حق الاتّصال والحوار، مثلما حاولت سيميائية أمبرتو إيكو القيام به في الوقت ذاته، ما يفسر تأثيره الشديد في التحليل الأدبي الكلاسيكي ودراسات ممارسة القراءة وعلى سوسيولوجيا الفن والثقافة. لقد اهتم العديد من الباحثين، على امتداد بحوثهم بجمهور القراء والمستمعين وزوار المتاحف، واستخرجوا العديد من المتغيرات التأويلية. ولا تشكل مدرسة كونستانس إلا مصدرا للتفكير، يظل محدودا بتطبيقاته في ميدان الأدب وحده بغياب التنظير للعلاقات الاِجتماعيّة. وتوجد على الأقل خمسة تقاليد في البحث العلمي حول الجمهور، كما أكد كلاوس برون جنس وكارل إريك روزنغرين وهي: النظرية اللازارسلفيدية حول التّأثير المحدود، تيار الاِستخدامات والاشباعات (الناجم عنها) اللذان يشكّلان النواة الأولى لهذا البحث، ويركزان على وسائل الإعلام الجماهيري لكنهما مشبعان بالنزعة الوظيفية والتحليل الأدبي الذي يتقاطع في الغالب مع التحليل السوسيولوجي في القارة الأوربية.

أما عن جمالية التّأثير عند آيزر فتركز على ما هو أبعد وأشمل، فهو لم يتتبع اتجاها فلسفيا أو تاريخيا مثل ياوس، فنظرته تقوم أساسا على التفاعل بين النص والقارئ، والتفاعل عنده قائم أساسا على التأويل عند القارئ بما يتجاوز ظاهر النص إلى ما وراء النص من معان، وبهذا التجاوز يقوم بعملية ردم الفراغات أو الفجوات التي يتركها النص، وتدفع القارئ إلى الغوص في أعماقه، بحيث تثير لديه عملية التخيل. انطلاقا من هذا الخيال تحصل عملية التبادل والتّأثير بين النص والقارئ. فالمعنى في هذه الحالة ينتج من خلال التفاعل بينهما. وحدد لروبرت هولب الاِختلاف بين التلقي والفاعلية والتجاوب أو التّأثير بقوله: كلاهما يتعلق بما يحدثه العمل في شخص ما من أثر، كما لا يبدو من الممكن الفصل التام بينهما، ومع ذلك فإن أكثر وجهات النظر شيوعا كانت ترى أن التلقي يتعلق بالقارئ في حين يفترض في الفاعلية أن تختص بالمعالم النصية؛ وهو تخصيص غير مرض كل الرضا بحال من الأحوال. ويقول حميد لحمداني وجيلالي كدية: "بحكم أن النص الأدبي لا يمكن أن يقرأ دفعة واحدة وفي آن واحد، فإن القارئ على الرّغم من القراءة التدريجية، لذلك يندمج في بنيات النص ويعدل كل لحظة مخزون ذاكرته وفي ضوء المعطيات الجديدة لكل لحظة من لحظات القراءة وهذا التصور للتلقي لا ينطبق على القراءة وإنما يشمل كل المنتجات الرمزية على اختلاف أنواعها، من هنا بدأ النقاش حول مسألة بناء المعنى وتشكيل الاِستخدام، كوننا أمام معنيين، المعنى الأول الذي وضعه المنتج للمستخدم أو المتلقي المقصود Récepteur initié والمعنى الثاني هو معنى منتج من قبل المتلقي الفعلي récepteur réel، فلئن كان المنتج يعرف الأول، فإنه يجهل الثاني. تقول يولندا yolanda في هذا الصدد: "أن الشباب يستعملون تجاربهم المكتسبة من الحياة اليومية للحكم على الدراما"، وهذا ما يحملنا على القول أن ما يحمله المتلقي للنص من خارج النص، هو تجربته الذاتية والاِجتماعيّة والثّقافيّة، فتفسيره وإدراكه للعالم التكنولوجي هما عملية اسقاط التجربة الواقعية على التجربة الإبداعية، وبالتالي يصبح كل ما يعبر عنه كحصيلة لتجربة التلقي ما هو في نهاية المطاف سوى تجليات لما يدركه في العالم الواقعي.

وفي التداوليات الأوستينية وفي بعض المقاربات الاِقتصاديّة المعاصرة لدور المستهلك في إنتاج الخدمات، وفي التحليل الجنيالوجي للأشكال الثّقافيّة الغربية الذي إقترحه ميشل دو سرتو، وفي بعض الدراسات العابرة للثقافات التي تم تطويرها داخل "دراسات الوسائط" البريطانية، تبعا لستيوارت هال على وجه الخصوص، بل حتى داخل النتاجات المتأخرة للتيار الإمبريقي- الوظيفي (يقترح قراء مختلفون لنفس النصوص تفكيكات للرموز تتوزع حسب طبيعة إشراكهم المرتبطة بدورها بما تشيده ثقافاتهم الخاصة كدور للقارئ وبالاِختلافات في السياقات المؤسسية والسياقات الثّقافيّة. من الواضح أن مفاهيم الإشراك والدور المشهدي تتمم ببعد سيكولوجي وسوسيولوجي للبحث المقارن حول دلالة الرسائل واستعمالات وآثار الوسائط).

وقد أزال ميشال دو سارتو الصفة الانفرادية التي التصقت بالجمهور الذي تشكله الفئات الشعبية وتلك التي ارتبطت بالتّأثير المفترض الذي تمارسه وسائل الإعلام الذي راج في سبعينات القرن الماضي، مذكرا بمتغيرات هيمنة حكم النخب: النزعة البؤسية أو الشعبوية. ولقد رأى ميشال دو سارتو، في فصل شهير من الجزء الأول من كتابه "ابتكار الحياة اليومية": فنون الأداء العملي (1980)، الذي يحمل عنوان"قراءة الصيد غير الشرعي"، انطلاقا من الدرس الماركسي الذي يرى أن العلاقة بين منتجي المعنى ومستهلكيه ليست متساوية، إن الذين يتكلمون ويكتبون أو يخرجون الكتاب إلى السوق أو يجعلونه مقروءا، يمارسون سلطة على المستهلكين، سواء أكانوا قراء الكتب لغاية دراسية أم للتسلية، إنها سلطة فرض المعنى والأشكال التي تنقله.

لكن هذه العلاقة كانت دائما نزاعية ولا ينتصر فيها أحد الطرفين على الآخر بسهولة. إن الاستقلال الذاتي للأوساط الخاضعة للهيمنة قد تزايد على مر التاريخ، بخاصة مع العلمنة وحدوث أشكال الترفيه المتمايزة عن سلطة الدُّوَلة. إن منتجي المعنى هم بمثابة مالكي أراض (النصوص) يضبطون قواعد النفاذ إليها واِستخدامها. ويشبه المستهلكون (لا يستعمل ميشال دو سرتو مفهوم المتلقين الذين تحول لاحقا إلى موضة) الصيادين غير الشرعيين الذين يختلسون المواد بطريقة غير شرعية لتشكيل حياتهم اليومية: ينتقون عناصر من هذا النص ويقرأونه على طريقتهم، ويربطونه بعناصر خارجة عن إنتاجه. ويضع هؤلاء الملاك استراتيجيات وأفعالا للتحكم في الفضاء، الذي يوقع الخاضعين للهيمنة في الفخ (يجب المرور على أراضيهم أي على أيديولوجياتهم)، بينما يقوم الصيادون غير الشرعيين بتكتيكات المقاومة وأفعالها الزائلة، وحرب العصابات الظرفية (التي تنجح في تسديد بعض الضربات). ويجب الارتكاز على نظرية التملك لفهم أن قراءات الخاضعين للهيمنة غير منسجمة مع القراءة المرجعية (التي يتطلبها الكاتب والصناعة والمدرسة) التي تفترض معنى في حد ذاته للنصوص، فكل قارئ يشكّل ثقافته الاِجتماعيّة ويعيد إنتاجها جزئيا مع أشياء غير متجانسة. القراء هم قوم رحّل ينتقلون من أرض إلى أخرى. إنهم لا يقرؤون النصوص التي من المفترض قراءتها، على الرّغم من خياراتهم، وهم لا يستطيعون تحديد هذه النصوص باختيارهم، وهذا ما تؤكده جيدا الإحصائيات الخاصة بالممارسات الثّقافيّة. إن دلالة الشرائح المثقفة التي تقترب مما نسميه الانتقائية لدى شريحة من المتعلمين، وبحرية الاختيار، بينما تمثّل "العمل بما هو متاح"، المشحون بالمعنى لدى شريحة من الفئات الشعبية.

هذا وقد قامت الدراسات الثّقافيّة الأمريكية بتجذير أنموذج "التشفير/فك التشفير" على صعيد نظرية الممارسات، باستدعاء مبدأ الاستقلال الذاتي للقارئ في تأويله الذي استعرضه رولان بارت في كتابه "لذة النص"، وبينه بشكل خاص ميشال دو سارتو الذي يتحدث عن ظاهرة فوضوية، بالمعنى الرياضيّ، ولا يقبل الاختزال في معادلة واحدة أو أكثر. فالفاعلون يواجهون دائما غيرية تعيق المسارات (يبدو الكل متشابها في البنية، حيث تتدخل التفاصيل التي تحدث تغييرا في السير والتوازن، فنون الفعل، "أزمنة الحكايات"). فلكل تطبّع ما يناسبه من استهلاكات ثقافيّة، ولكل استهلاك ما يناسبه من تلقّ للمادة الثّقافيّة وفق الطبقة الاِجتماعيّة والتطبع.

وتضم الدراسات الثّقافيّة البريطانية (وضمنها دراسات الوسائط) مؤلفين تمتد أعمالهم الآن على مدى نصف قرن تقريبا. ومساهمة ريشارد هوغرت المتخصص في الأدب الإنجليزي حيث انتقل إلى دراسة ممارسات القراءة والثقافة الشعبية للطبقة العاملة الإنجليزية من وجهة نظر الأنثربولوجيا وعلم الاجتماع الثّقافيّين، وذلك من خلال القطع مع المقاربات المعمول بها في النقد الأدبي أو في النظريات الاستيتكية. ويعد كتابه "استعمالات الأدبي" (الذي ترجم إلى اللغة الفرنسية تحت عنوان ثقافة الفقير). كتابا مجددا على نحو متميز، لأنه يتموضع في خط التماس بين دراسة الممارسات الثّقافيّة والأدب وعلم الاجتماع والعلوم السياسية. كما نجد نفس الاهتمام بالممارسات الثّقافيّة للطبقات المهيمن عليها أو الأقليات عند ستيورارت هال (بذلك يمكن هؤلاء المؤلفين من القطع مع رؤية ماركسية ضيقة لم تكن ترى في هذه الممارسات سوى التعبير عن الهيمنة التي تعاني منها هذه الطبقات والمجموعات الاِجتماعيّة)، لكن يربط هال هذه الانشغالات بتطور الوسائط السمعية البصرية التي تعد في الوقت نفسه أدوات لتقوية السلطة القائمة وتشغل من دون اِستخدام الإكراه من خلال احترام الحكم الحر للمستمعين والمشاهدين. في ظل هذا السياق النظري. ففي الدراسات الثّقافيّة جعل ستيوارت هول من الثقافة فضاء للنزاعات، ورفض فكرة التطابق بين لحظة إنتاج الرسائل الإعلامية وتلقيها، فلا يمكن أبدا حتى الحديث عن الاتّصال إن كان القطبان مختلطين. وبذلك قسم ستيورات هال سيرورة الاتّصال التلفزيوني إلى أربع لحظات مختلفة: الإنتاج- التدوير- التوزيع - الاستهلاك- إعادة الإنتاج (أصبحت إعادة الإنتاج تتم بالتزامن مع عملية الإنتاج والتوزيع) تتميز عن بعضها البعض بصيغ عملها وشروط تشكلها وبقائها لكنها متمفصلة حول بعضها البعض، بناء على مجموع العلاقات المؤسساتية السلطوية التي تربطها. أما الجمهور في هذه المقاربة فهو المتلقي ومصدر الرسالة في نفس الوقت، ذلك أن خطط الإنتاج- لحظة التشفير- تحيل على التصور الذي تحمله المؤسسة التلفزيونية لا لتوقعات الجمهور فحسب، بل للقواعد التي تحكم العمل المهني أيضا. وفي تحليله للجمهور باعتبار أنه المعني بعملية فك التشفير، يحدد س. هال ثلاثة أصناف: المهيمن، والمعارض، والتفاوضي. فالصنف الأول يمثل وجهات النظر الغالبة، التي تبدو طبيعية، وشرعية وحتمية وبعبارة أخرى، فإن الذوق العام الغالب على النظام الاِجتماعيّ والفضاء المهني، هو المرجعية التأويلية ضمن هذا الصنف. أما الصنف الثاني، فيقوم بقراءة الرسالة، بناء على إطار مرجعي ورؤية مختلفة للعالم، ويمثل الصنف التفاوضي خليطا من العناصر المتعارضة المكيفة والمنطلقات المتناقضة، يقوم بتبني جزء من الدلالات والقيم المهيمنة، لكنه يستمد من واقعه الموضوعي

المعيش ومصالحه الفئوية بعض الحجج المتقاسمة في فضائه، وذلك لرفض بعض القيم المهيمنة.

فقد اقترح هال فكرة "التلقي المتفاوض عليه" للبرامج والخدمات السمعية البصرية، وهي فكرة تحمل دلالة مختلفة فعلا (بل إنها معارضة لها بشكل جذري) عن تلك التي يعطيها لها مؤلفون معاصرون، حيث يعتبرون أن التفاوض يستعد إشكالية الفردانية المنهجية. وفكرة التلقي المتفاوض عليه تفترض بأن المتلقين يفكون شفرات الرسائل بتعديل دلالتها التفضيلية بناء على مصالحهم وممارساتهم الثّقافيّة، هي فكرة مقبولة داخلها كما هو شائع على نحو كبير، وغالبا تحت أشكال مختلفة من التقديم النظري. حتى أن جون بيانشي وهنري بورجوا ذهبا إلى حد اعتبار أن التفاوض أصبح المقولة الرئيسية في تحليل تلقي الوسائط لأن هذا النموذج يعرض للممارسات الأكثر ترددا بين الرفض (تجنب الوسائط) والانخراط التام. وتتفاوض مجموعة اِجتماعيّة بشأن تلقيها انطلاقا من ثقافتها الخاصة، وبما تتوفر عليه من ذاكرة اِجتماعيّة خاصة ومعارف مخزنة وانتظارات معبر عنها وموارد رمزية. كذلك الشأن بالنسبة للأفراد الذين يقومون بنقلات بين ما يرونه على الشاشة أو يقرؤون في الصفحة المطبوعة، وبين ما يحملونه داخلهم، بسبب تاريخهم الشخصي أو تاريخ الوضعية التي يتواجدون فيها".

وكان هناك تركيز قليل في فرنسا في غضون الثمانينات على تحليل تلقي خطابات الوسائط أو على الإنتاج المشترك لمعنى الرسائل. ويهم الجزء الأكبر من الأعمال موضوع الملائمة الاِجتماعيّة للآلات الجديدة للاتصال التي هي المسجلات وأنظمة الفيديو تيكس والشّبكات الحبلية، قلما نجد اليوم وسائل الاتّصال المنقولة أو أنظمة الانخراط في التلفزة المؤدى عنها. ويرجع ذلك من دون شك إلى كون مشغل الاتّصالات عن بعد وطالب البحوث هو الذي شجع وفضل هذا النوع من المعرفة. لكن، يمكن تقديم تفسيرات أخرى خاصة بالبحث الفرنسي، ولاسيما رسوخ المقاربات البنيوية في السيميائيات وتحليلات الخطابالتلفزي أو حتى لخطاب الصحافة التي تكتسي شرعية ضعيفة حتى الآن. وكذلك الصعوبات التي تواجهها تحليلات الخطاب في إيجاد منهجيات صارمة خاصة بها. فالتوجه إلى ربط التأملات الفكرية حول التقنية مع تلك المتعلقة بمشاركة المستعملين في إنتاج الاستعمالات انطلاقا من مقولة غير دقيقة بشكل كبير- مقولة التّفاعليّة- (أترتبط التّفاعليّة بالآلة أم تظل رهينة للمستعمل؟) التي لها جانب إيجابي مع ذلك يتمثل في رسم مسافة معينة عن التصورات "الآلية" التي تم تطويرها من طرف أكثرية الإعلاميين والمتخصصين في العلوم المعرفية، ومن جهة أخرى التوجه نحو مقاربات ذات طبيعة أنثربولوجية لتكوين استعمالات آلات الاتّصال جاك بيريو من بين آخرين: بالنسبة له، يتضمن الخطر التقنوي الذي طبع ببصمته تاريخ آلات الاتّصال نوعا من استمرارية الاستعمالات على المدى الطويل: "هناك نقط التقاء كبيرة في أشكال الاستعمال، الشيء الذي يسمح بافتراض وجود نموذج مماثل للاشتغال عند مختلف المستعملين. يتعلق الأمر بتمفصل ديناميكي بين العرض التكنولوجي والاِستخدام الفعلي.

حيث إن وسائل الإعلام هيئات جديدة لتكريس الثقافة (عن طريق الكم) بالتعارض مع الهيئات المدرسية الثّقافيّة (التي تعتمد على الندرة والنبل). ويمكن أن نضيف إليها ثقل

السياقات التي تندرج فيها الأفعال (الظروف التحفيزية، الإجبارية...). حيث تفرض التحولات في الممارسات تغييرا حقيقيا في أنموذج الثقافة: النشاطات الثّقافيّة أبعد من إمكان اختزالها في بعد المشروعية إنها سعي إلى اكتساب التجارب المستقلة ذاتيا عما هو اجتماعي. وإن ما يسميه غلفاريك نسق "العدالة الثّقافيّة"، حيث إن المجتمعات المعاصرة المتعددة ثقافيا أكثر فأكثر، تحرم على نفسها التفكير في الإختلافات المطلقة، وتحفز على تجنب مشاكل التراتبية، وتشجع على الانفتاح والاحترام في كل الأوساط الاِجتماعيّة وليس لدى الفئات الاِجتماعيّة العليا، والأجيال الأخيرة فقط. إن عدم المساواة الاِجتماعيّة والاِقتصاديّة لم تزل لكن أشكال الهيمنة الرمزية لم تحافظ عليها مثلما كانت تفعل في الماضي.

ومن أبرز المساهمات في دراسة التلقي أعمال ديفيد مورلي David Morley الذي أعطى دفعا معتبرا لنظرية القوى من خلال التركيز على المعنى النصي ليس كرسائل مزروعة من طرف منتجي الإعلام أو مؤسسات نافذة كما كانت تقول به النظريات الماركسية والماركسية الجديدة، وإنما بالتركيز على الدور الفعال للمتلقي الذي يبني المعنى من الرسائل والتوكيد على سياق التلقي، والتخلي عن تحليل المدونة والتدوين وفك المدونة، التي كانت تقوم بها الدراسات الثّقافيّة من قبل لصالح سياق المشاهدة. حيث سجل في بداية العشرية التاسعة من القرن الماضي، تطور آخر في دراسات الاستعمالات المنزلية لتكنولوجيا الإعلام والاتّصال، ولم يعد التلفزيون وحده مركز الاهتمام ضمن التكنولوجيات المنزلية الأخرى التي ينبغي تحليل دورها في تمفصل الفضاءات الخاصة والعمومية ومحاولة تحديد السياق الذي يجري فيه النقاش حول قدرة وسائل الإعلام على خلق وصيانة الهويات الثّقافيّة. وقد تربط هذا التحول إعادة تأطير قضية التلقي داخل سياق أوسع يستدعي الربط بين التكنولوجيات الجديدة ووسائل الاتّصال الجماهيري والديناميكيات العائلية بهدف فهم عملية التلقي في أبعادها المتعددة. ويرى بيار بورديو في كتابه "التمييز"، أن وسائل الإعلام مشرب ترتوي منه أسواق المنتجات المنمطة، يقودها "مهندسو الإنتاج" الذين يخططون لأذواق الخاضعين للسيطرة أو لغياب أذواقهم. ولكن نحن اليوم نقرأ محتويات أكثر تنوعا على حوامل مختلفة (المخطوطات، المجلات، النص الإلكترونيّ،...وغيرها)، في أماكن خاصّة وعامة (لقد تزايد الإقبال على التسجيل في المكتبات والوسائط الإعلاميّة) من دون أن نحترم التقسيم بين الإنتاج والاستهلاك، مثلما أكد روجيه شارتييه، فالكتابة والطباعة والقراءة لم تعد متخاصمة في نظر هواة الثقافة الشعبية أو الثقافة العالمة ومؤسسي مواقع الويب web أو الطلبة.

إن هذا التدخل في الحدود بين هذه الممارسات لا يشكّل حالة خاصّة ارتبطت بصعود ممارسات الهواة، بل يعد عنصرا في تطور الممارسة الثّقافيّة انطلاقا من المشاركة القوية في النشاطات الموسيقية، والفتوغرافية، والغرافية، والأشغال الحرفية، والفيديو، ويضاعفون أيضا الحوامل التي تجسد هوياتهم. هذا ويساهم كل متلق في إنتاج الرسالة التي يتلقاها ويقدرها، ويضيف إليها كل ما يصنع تجربته الفريدة والجماعية بحيث تكمن قوة نظرية التلقي في ربطها معنى الممارسات الثّقافيّة بالمكانة الاِجتماعيّة. إنها تضع المجموعات الاِجتماعيّة في قلب الدراسة، رافضة كل حتمية تقنية، مثلما فعل لازارسفيلد، فما هو اجتماعي "يشفر" علاقات الاتّصال وليس العكس، فالاِجتماعيّ ذو بعد رمزي مشترك، ويشكّل في الوقت ذاته عنفا مخصوصا جماعيّا واعترافا بشرعيّة هذا العنف من طرف الذين يمارس عليهم.

وعن نماذج الاتّصال الشبكي والتي قد تكون رؤية جدية لتوجه نحو التلقي الرّقْميّ على الرّغم من أن الأطر النظرية لم تتبلور بشكل كامل بعد، ومع ذلك نجد نموذج لي Lee model لجان شن لي 2000 الذي يفترض أن خصائص الفرد والسياق الذي تحدث فيه العملية الاتّصالية هي عناصر تؤثر في التّفاعليّة التي يدركها الفرد(أصبحنا نتحدث حاليا عن التفاعل النصي والتفاعل مع النص). ومقومات التّفاعليّة هي مدى جدية التفاعل، والزمن الذي يستغرقه، والتّفاعليّة المدركة والتي تعني إدراك أطراف العملية الاتّصالية إمكانية التفاعل والصلاحيات المتاحة في إطاره، هذا ونجد نموذج ماكميلان وهوانج Mcmillan and Hwang Model جاءت دراسة سنة 2002 عن تفاعلية الإنترنت والإمكانيات المتاحة على شبكة الإنترنت، في ثلاثة عناصر هي إتجاه الاتّصال، وتحكم المستخدم والزمن، وأما عن نموذج بيسي وتاو Busy and Tao Model 2008 فقد قدم إطارا عاما لإستخدامات وتأثيرات الإنترنت كوسيط اتصالي تفاعلي عن طريق نموذج اتصالي انطلاقا من كون الإنترنت بيئة اتصالية توفر إمكانيات تقنية تتيح للمشاركين في الاتّصال عبر هذه الشبكة تبادل الأدوار من المرسل إلى المستقبل وبالعكس. ووفق النموذج فإن هناك متغيرين آخرين تتوقف عليها تأثيرات الإنترنت كوسيط اتصالي تفاعلي وهما: القدرة على التحاور وطرح الآراء والأفكار وما يؤديها من دلائل وإدراك وجود دور رقابي يقوم به أحد أفراد المجتمع الإفتراضي الذي تقدمه الشبكة الاتّصالية لإدارة هذا الحوار.

ويعد نموذج الإندماج الاتّصالي رؤية تكاملية في مجال الإعلام الجديد والذي يتضمن المجال العام الذي يتسم بالقدرة على استيعاب التفاعلات الاتّصالية جميعها التي تحصل في الشبكة الاتّصالية، التواصلية واللامركزية، والتشاركية بحيث يسمح للمستخدمين المشاركة بالأفكار والحوارات، وبناء نسيج شبكي من الوصلات الاتّصالية التي تربط العقد الاتّصالية في الشبكة والتي تعتمد على درجة الإستخدام في الشبكة المعلوماتية ومستواه. والمجال الخاص والذي يمثل الحيز الخاص بالمستخدم ويشمل كل اهتماماته والافكار والحوارات التي يرغب في طرحها، ويتأثر هذا المجال بمزاج المستخدم، ومدى قدرته على صياغة الأفكار التي يتوقف عليها بناء علاقات مع مستخدمين آخرين، من خلال القدرة على النفاذ إلى مجالات مختلفة، الفضول وتنوع الاهتمامات بالإضافة إلى الخيال وهو ما يبحث عنه الانسان أكثر من الحقيقة.

ويقدم نموذج الاندماج الاتّصالي مجموعة من الوظائف أبرزها:

- يقدم تفسيرا جديدا لطبيعة العلاقة بين عناصر العملية الاتّصالية القائمة على مفهوم الاندماج الاتّصالي.
- يقدم مفهوم المستخدم لأنه نتاج عملية الإندماج الاتّصالي.
- يقدم تصورا للعلاقة بين سرعة الاتّصال والزمن من حيث اختزال الوقت وتقليص المسافات.
- يقدم تفسيرا للعلاقة بين مفهوم المجال العام والمجال الخاص وطبيعة العلاقة بينهما.
- يعطي فهما جديدا للإعلام الجديد وفق طبيعة عمل مواقع التواصل الإجتماعيّ التي تمثل شكلا جديدا للإعلام يختلف عن الإعلام التقليدي.

ثانياً: الحياة الرّقْميّة: كيف نستفيد من الرّقْميّ؟

الاندماج التكنولوجي يقود إلى شبكة رقمية كاملة تكون قادرة على حمل كل أنواع المعلومات، سواء كانت نصا أو معطيات، أو صوتا أو فيديو. وإن عملية الإندماج الاتّصالي توضح شكل الاتّصال الجديد القائم على المنظومة الشبكية التي يتم وفقها إرسال واستقبال كميات لا منتهية من المعلومات، ومكنت التكنولوجيا الرّقْميّة من السماح للمستخدمين في بناء مجتمعهم الخاص عن طريق المضامين الاتّصالية المحمولة "مضامين الهواتف الذكية" المثيرة، والتي كانت تهدف في الأساس لأهداف اِجتماعيّة ترفيهية، لكن تم توظيفها لمواضيع متعددة ولا يكفي أن ننتقل إلى الرّقْميّة من خلال اِستخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة في إنتاج وتلقي الرسائل الإعلامية، بل أكثر من ذلك هو التحول إلى التفكير الرّقْميّ وبناء النصوص والرسائل بطابع رقمي يقدم نموذج للتعبير والعرض والاِستخدام ودوره الفاعل في الإندماج الاتّصالي. وعن أطراف النص سابقا تركزت على الكاتب، النص والمتلقي أما الدراسات الجديدة التي تعتمد على النص المترابط فإنها تقوم على أربعة أطراف هي المبدع، النص المترابط، الحاسوب، المتلقي.

فالنص الإلكترونيّ أو الرّقْميّ، وأكثر تحديدا النص المترابط الذي ابتكره نيلسون ووظفه للدلالة على النص الجديد الذي تختلف مواصفاته عند النص المتعارف عليه، حيث ولد هذا النص جزءًا من الثّورة التكنولوجية، لا من خلال النقاشات والبحوث النظرية. والتمييز بين النص الإلكترونيّ والمترابط هو أن هذا الأخير يقوم على دمج الوسيط "الحاسوب"، مع الفضاء الذي أوجد ذلك الحاسوب "الفضاء الشبكي"، الذي لا يتحقق إلا مع النص المترابط أو Cypertexte وترابط النص حسب سعيد يقطين هو وليد التفاعل النصي.

فالنص المترابط واكب العلوم الجديدة مثل الإعلاميات والتواصل، وهي بدورها توظف الخطاطات والأطر والتمثيلات، والسيناريوهات والروابط والعقد، وبالتالي السير نحو لا خطية النص وانفتاحه وتفكك عناصره. والنص المترابط يتضمن ثلاثة أبعاد لأنه غير خطي، فالقراءة تكون "من اليمين إلى اليسار مثلا، ومن الفوق إلى التحت، وإلى جانب ذلك نجد أيضا: العمق، بحيث يمكن الانتقال بوِساطة الروابط إلى ما لا يظهر أمام أعيننا في وقت القراءة. وهذا الذي لا يظهر قد يكون في آخر الصفحة، أو في صفحة أخرى أو في موقع آخر. ويكفي للانتقال في جسم النص المترابط النقر على الروابط بقصد تنشيطها. فالتقنيات الرّقْميّة تعد وثبة هائلة في إمكانية التذوق الفني والإبداع والتقدم من حيث تأثيراتها المختلفة في مجالات التصوير والصوت والمونتاج والعرض. أي من خلال واقع المشاهدة غير جلسة التلقي السلبي المعروفة أو حتى التلقي المتفاعل. فإنه بإمكان المتلقي أن يؤثر بلمسة من أصابعه على التدفق الدرامي لنص بحيث يؤثر ويغير من وجهة التدفق الدرامي للأحداث ومصائر الأبطال، وحيث يتيح بهذه الإمكانيات اشتراكه الفاعل ومن كم اللقطات البنائية مع متابعة الصور متزامنة مع الموسيقى والصوت والتّأثيرات الأخرى وتحويل الصور المسطحة إلى صور مجسدة ومتحركة التي يتم فيها تجسيد الأشياء المادية في صور تخيلية حيث يتم استبدال العالم الحقيقي بعالم تخيلي مجازي هو مطلب مهم من مطالب الرّقْميّة. ومن خلال هذا تصبح المشاهدة التي تتكون من أشكال ثلاثية الأبعاد داخل النص وبالتالي تصبح الصور حقيقية. وهذا عندما يولد النص داخل بيئته التي تتبناه. وبهذا الاشتراك الافتراضي بين المبدع

والمتلقي، يصبح العمل مختلفا كلية في موضوعه ومضمونه وزوايا إدراك فنيته، وفي كونه وعالمه المتخيل.

- المؤلف الرّقْميّ:

وما يستلزم في هذه النقطة هو حضور المؤلف ووعيه بالإنتاج الفني الافتراضي مع المزيد من الكفاءة المعرفية ووسائل تعبيرية عميقة ذات أبعاد شمولية. آليات عملية إنتاج النص الرّقْميّ تنطلق من المعرفة بمعطيات والتقنيات الإنتاج والتلقي معا. قدرة وخبرة مؤلفه وموقفه من التجربة الإبداعية وما تحمله من توجهات لتوجيه خطاب معرفي جديد وعلى علم تام بالأنساق السابقة لهذا التجاوز ذي الثقافة الفنية الخلاقة التي تعرف خطوات العمل الرّقْميّ وتتبنى وجوده. أصبحت الألة شريكة للمؤلف في عملية الكتابة، لذلك أصبح في الإمكان الحديث عن الصنعة التقنية، لم تعد الآلة تقوم بدور الوسيط كما حصل مع الادوات التي يعتمد عليها المؤلف في المراحل السابقة. بل أصبحت عملية الكتابة في حد ذاتها مرهونة بذكاء الآلة. فطبيعة النص الرّقْميّ تكرس الطابع التفاعلي بين الكاتب والقارئ؛ إذ لم يعد المؤلف يمتلك وحده سلطة القول، لم يعد يكتب وحده، بل القارئ يعيد كتابة ما يقرؤه. إلى درجة أنه يستحيل أن يقرأ النص نفسه بطريقة متعاقبة، وذلك بالنظر إلى طبيعة النص المزود بوصلات تشعبية تتيح للقارئ احتمالات قرائية لا نهائية. إن النص الرّقْميّ يقدم المادة القرائية في شكل متاهة. ويضع أمام القارئ خيارات عديدة ينبغي له تفعيلها بإستمرار وفي ضوء هذه الخيارات تتحدد مسارات القراءة.

الكتابة الرّقْميّة:

ينشغل العمل الرّقْميّ بمفردات موضوعية غير مألوفة للمتلقين، تعمل على خلق انطباعات مغايرة ومختلفة بالأساس، إذ تقدم بنية أو مشهدا ربما مكتمل الأداء له أكثر من بعد مرئي ومسموع ومحسوس تستدعي أخيلة وتصورات لدى المتلقي. الإستخدام للفلاشات وامتداد الصور وغيرها بوصفها تأويلا لما أراد أن يقول هذا المؤلف أمام المتلقي الذي يشترك معه ويرسم له خرائط عشوائية لقراءة الذات والعالم مكونا نصا متواصلا يخرج من حدوده الطبيعية إلى حدود لا نهائية. والموقف من إثارة الخيال والسيطرة على الذهن الكامل للمتلقي بنسيج متكامل في النص الرّقْميّ يشترك في إحداثه المؤلف مع المتلقي وهي ترتبط إلى حد كبير بأكثر من موقف.

- قدرة المؤلف على إحداث هذا الخيال لدى متلق مستعد مباشرة للتعامل مع هذا المعطى الفني والتخلي عن ثوابته في هذا التلقي بإحساسه ومشاعره كمعرفة جيدة.
- طرح تراكيب وكيانات جديدة تستلزم معرفة ووعيا مختلفا ومغايرا وتطرح في نفس الوقت إدراكا جديدا موظفا توظيفيا هائلا لصالح وجودنا الذي ننحاز إليه أصلا مع استمرار وتعدد هذا البناء الجديد.

فالفرق بين النص الرّقْميّ والنص الورقي في جانب منه يمثل فارقا عند التلقي من حيث تأثير هذه النصوص عليه وتجاوبه معها من عدمه أو عدم تأثيرها فيه، وكذلك طريقة الكتابة وشكلها وأسلوبها، وثبات وحركية النصوص والخطوط وتدريجها وأبعادها المختلفة، وتفاعلها مع نصوص أخرى موازية أو مقاربة. تمثل تقنية النص الرّقْميّ شرط وجوده في بيئته الرّقْميّة، والمقصود أن يقرأ في بيئة إلكترونية حيث تندمج فيه العناصر المرئية مع الكلمات لتشكل النص المرئي والمسموع معا مع العناصر الأخرى المنتجة داخل النص كالحركة والرموز وتفاعلها داخل النص. ومن خلال هذه البيئة التي تقترب كثيرا من بيئة السينما، والحضور النصي هنا حضور بذاته بعيدا عن أي معطيات أخرى لا تشترك معها كاسم الكاتب وأحيانا عنوان النص، ويعتمد بالأساس على شرط آخر هو وجوده داخل بيئته كي يأتي أثره سواء كان النص بصريا صوتيا أو بصريا حركيا، أو كان نصا لا يستخدم التقنيات الصوتية أو الحركية.

فمثلا نجد النص الذي يتضمن كلمات بسيطة تتحرك باتجاهات متعددة تعتمد على التقنية في إحداثها، تتبادل الظهور والاختفاء ثم بضغطة زر تتوقف عن الحركة مُشكلة جملة مكتملة في إخبارها.
بطريقة أخرى نجد الكلمات أو الأسطر تتسارع عشوائيا، ومع كل ضغطة على زر التوقف تتشكل نصا مختلفا، إلى أن تنتهي احتمالات التراكيب المقيدة بالكم العددي للمفردات أو الأسطر.
ونجد أيضا نصا يشتمل على كلمات بعينها تتغير بالنقر عليها إلى كلمات أخرى بمعانٍ أخرى ويصنع بهذا الوجود نصا جديدا في كل مرة، ويختار المؤلف كلمات معينة لها تقريبا نفس المعنى لكي تشترك في هذا النص الرّقْميّ. لقد انفتح النص على الصوتي الحركي المتماهي في جملته بما يحمله من تعابير وإيماءات، ورموز وصوتيات وألوان وأضواء تعتمد على الصورة والإشارة كوسيط إلكتروني وليس نقلا بالمفردات. وما يتشكل من كل هذا من صيغ تعكس الفعل الإنساني المتعدد والممتد إلى مالا نهاية حيث لا ينتهي وحيث اختزال الزمان والمكان والموجودات حتى أصبحت هي ضمن التفاصيل الأخرى في النص. وانعكاس كل ذلك على التلقي وهي عناصر ممتدة من النص تمثل ديناميكية بنائه الفاعل المؤثر، مما يعني أن النص ليس نتاجا أحادياً بينما هو نتاج مواقف متعددة فليس الكاتب وحده هو المنتج للنص إلى جانب التلقي، إنما هذه الوسائط ومدى تطورها تتحكم في بناء النص على الحالة المتخيلة له. ويصبح هذا النص بلا ثبات إذ يمضي نحو التعدد والاستمرار بلا توقف حيث وجوده داخل وسط إلكتروني متطور باستمرار ويفترض التغير الدائم.

وبذلك يتميز النص الإلكترونيّ بأنه تفاعلي لكونه يمنح القارئ إمكانية التصرف فيه وإستخدامه لأغراض غير تلك التي حددها له منتجه من خلال تقطيع النص وإعادة تركيبه. حيث طرأ تحول على مفهوم النص الذي لم يعد المكون اللغوي يشكّل سوى جزءا من نظامه البنائي والتعبيري إلى جانب عناصر أخرى مثل الصوت والصورة. وهو ما أفضى إلى تأسيس قواعد جديدة في إنتاج النصوص وتلقيها ومفاهيم النقد القديمة وأدواته المنهجية لم تعد كافية لمقاربة هذا الصنف من الخطابات التي حول النصوص من نسق لغوي إلى نسق

سيميائي تتساند فيه علامات عديدة لغويّة وغير لغويّة لإنتاج المعنى وبناء الدلالة. فقد أصبح النص الرّقْميّ معمارا تسهم في تكوين نظامه الإستتيكي أدوات ووسائط متنوعة تدخل فيها اللغة والصوت والصورة واللون والضوء والحركة، فكثير من النصوص في بنائها الجمالي إلى عناصر سيميائية مختلفة مثل الموسيقى واللوحة والإلقاء الصوتي إلى جانب العلامات اللغويّة التي تعد حركتها تنمو في شكل تسلسلي ولكنها أصبحت متحركة تنمو بصورة تشعيبية في اتجاهات مختلفة.

والعناصر التي تدخل في صميم تكوين النص الرّقْميّ لم تعد مجرد مصاحبات إشارية وعلامتية ينحصر دورها في إضاءة النص، ولكنها أصبحت أدوات مهمة في توجيه القراءة وبناء المعنى من خلال الإيحاء بالمحتمل الدلالي للخطاب. مما يعني أن طبيعة الوسيط الحامل للعلامة وشكل عرضها يحددان الصيغة الملائمة لتلقي النصوص والخطابات؛ فالنص الرّقْميّ لا يعتبر طريقة نحو التشكل والدلالية إلا بمصاحبة مجموعة من الوسائط التي ترافق أو تحيط به في صورة شبكة معقدة تشتغل خارج القوانين التي تميز نظام المعنى كما تفرزه الإنتاجية النصية المتكلة في فضاء مادي قد يكون الورق أو غيره.

– المتلقي الرّقْميّ:

القراءة عملية مؤلفة من شطرين: الأول هو الإدراك، أي إدراك الإنتاج الفني أو اكتشافه، وفي هذا الاكتشاف يكون القارئ بالنسبة لما يقرأ في موقف يشبه موقف الكاتب في مرحلة إدراكه للأشياء والمناظر قبل مرحلة خلقه فنيا لها، والشطر الثاني من القراءة: هو خلق القارئ لما يقرؤه، أي إبرازه إلى عالم الوجود، بتقويمه أو إخراجه في صورة من الصور بناء على ما يدركه منه حين يفهم مواطن إيحائه بما يثري النص، ويضيئه ويفك أسراره ويملأ فجواته، وهذا الحل الجدلي الذي يقترحه سارتر لإدراك العلاقة بين الإنتاج والتلقي، ويفتح أمام القارئ مجال إبداع موجه وهو ما يدعوه روبرت ياوس في اصطلاحه الخاص تلقيا منتجا، أي أن القارئ واع بأنه يكتشف، ويخلق في آن واحد. ويقدم إنتاج فني حيث تجاوز دور مستقبل، وأصبح مرسلا أيضا سواء عن طريق التعليق، أو تقديم رؤية نقدية للنص المطروح أو مجرد تعليق مباشر يثبت فيه تلقيه للنص وأثر ذلك التلقي عليه كقارئ. وما يقدمه بعد ذلك من تعليق يعبر عما دار بنفسه ومشاعره إثر ذلك التلقي الأول للنص. وكثير من التعقيبات تكون بوجود المتلقي في المتصفح فقط ولا تشترك كثيرا مع النص غير فهم القراءة وبعض هذه التعقيبات تكون بإدخال نص مواز بمعنى نص يجاور السابق ويرد أو يمنح ذات الفكرة بمفردات مختلفة، وهكذا. وبما أن النص تفاعلي فهو يسمح للمتلقي بالاختيار بين المسارات السردية المختلفة التي يحويها.

ويستطيع القارئ إنتاج نص كامل، عن طريق اختيار عشوائي غير منتظم للرموز المتاحة، وهناك أيضا أشكال أخرى تم إنتاجها حيث تتضمن الصفحات أنماطا مختلفة من النصوص، في كل صفحة نص قيد الكتابة، والمتلقي مدعو لإضافة سطر إلى هذا النص أو الاشتراك مثلا في كتابة رواية رقمية أو قصيدة تحمل توقيع الجميع. فالنص الرّقْميّ لا يقرأ قراءة خطية عمودية، وإنما يقرأ قراءة أفقية لا تخضع لمسار معين، نظرا لتعدد مساراته،

وتعدد بداياته ونهاياته، إذ يمكن للقارئ أن يختار البداية التي يشاء وهذا الاختيار ينتج عنه في النص السردي مثلا، اختلاف في سيرورة الأحداث من قارئ إلى آخر حيث أن كل قارئ يسير في اتجاه يختلف عن الاتجاه الذي يسير فيه القارئ الآخر، الأمر الذي يفضي إلى اختلاف النهايات كذلك، ذلك أنه يشترك في إعداد النص المتشعب عدة مؤلفين.

ففضاء الإنتاج الإلكترونيّ يتشكل من علامات ضوئية ونصوص أثيرية ورسائل لغويّة وغير لغويّة، فالكتابة على الجدران الِافتراضيّة تسهم بدور فعال في التحولات التواصلية وتلقي للنصوص والرسائل المترابطة وتفاعل المتلقين مع الإنتاج الفكري والإبداعي الجاد والرصين. ومع ذلك صار المعروض من النصوص أكثر من المقروء وهو ما جعل بعض المتابعين لظاهرة الرّقْميّ أدت لاستنزاف الخطاب.

الخلاصة:

ضرورة الحديث عن متلقّ رقمي لنصوص رقمية بمعايير جماليةوليس مجرد اِستخدام تكنولوجيا علوم الإعلام والاتّصال، فالمسألة تنبني بالأساس على فهم عميق لما يحدثه المتلقي من تفاعل مع الرسائل والنصوص الرّقْميّة. فالشراكة التي أقيمت بين المؤلف والمتلقي الرّقْميّين دمجت أكثر الأدوار وعقدت من عملية التواصل التي تتميز بالتشعب وكثرة الترابط النصي والتي قد تخرج المتلقي الرّقْميّ من صلب الموضوع إلى إحالات جزئية تفتت وتشتت النص. وكذا الترابط بين المستخدمين في عملية تحليل وتأويل النصوص وفق أطر مرجعية. فالبناء المشترك للنصوص الرّقْميّة قد أحدث تشظّيًا للعملية التأويل، هذا ونحن اليوم بأمس الحاجة إلى أطر نظرية تحوي وتستوعب إشكاليات التلقي الرّقْميّ وتفسر قضاياه في ظل التطور لتكنولوجيات جديدة.

قائمة المصادر والمراجع

1. خانج كريمة، التلقي في الأدب والإعلام والمفاهيم المقاربة له" التعرض، القراءة، التأويل"، مجلة المعيار، العدد السابع عشر، المركز الجامعي تسمسيلت، الجزائر، جوان 2017.
2. شريف عبد القادر، عبد حسني ، إشكالات النص المترابط قراءة في كتاب من النص إلى النص المترابط لسعيد يقطين، مجلة المعيار، العدد02، المركز الجامعي تيسمسيلت، الجزائر، ديسمبر 2010.
3. شياع هاتف بريهي، ثنائية المرسل والمتلقي مقاربة في ضوء مرجعيات نظرية التلقي، مجلة القادسية للعلوم الإنسانية، المجلد السادس عشر، العدد 4، 2013.

4. العياضي نصر الدين، الرهانات الإبستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي، نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتّصال في المنطقة العربية، الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة....لعالم جديد، أبحاث المؤتمر الدُّوَلي، جامعة البحرين 7- 9 أفريل 2009.
5. قسايسية علي، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسة التلقي- دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995- 2006، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتّصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006-2007.
6. ماتيلار أرمان وميشال، تاريخ نظريات الاتّصال، ترجمة نصر الدين لعياضي والصادق رابح، المنظمة العربية للترجمة ومركز دراسات الوحدة العربية، ط 1، بيروت، أكتوبر، 2005.
7. مجاهدي مصطفي، برامج التلفزيون الفضائي وتأثيرها في الجمهور، شباب مدينة وهران نموذجا، مركز دراسات الوحدة العربية.
8. مريني محمد، النص الرّقْميّ وإبدالات النقل المعرفي، كتاب الرافد، دار الثقافة والإعلام، الشارقة، مارس 2015.
9. مصطفي خالد علي، عبد الرزاق عبد الرضا ربى، مفهومات نظرية القراءة والتلقي، مجلة ديالى، العدد التاسع والستون، 2016.
10. مويت الفيصل عبد الأمير، جاسم مؤسد نصيف، الإندماج الاتّصالي في الإعلام... بناء نموذج اتصالي(بحث مستل)، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 39.
11. ميغري إريك، سوسيولوجيا الاتّصال والميديا، ترجمة نصر الدين لعياضي، هيئة البحرين للثقافة والآثار، ط1، المنامة، مملكة البحرين، 2018.
12. ميياج بيرنار، الفكر الاتّصالي من التأسيس إلى منعطف الألفية الثالثة، ترجمة أحمد القصوار، دار توبقال للنشر، ط1، المغرب،2011.
13. الخريبي أشرف، النص الرّقْميّ والحياة الرّقْميّة،

المواقع الالكترونية:

1. (https://meo.news/%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B5%D9%91-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%8A%D8%A7%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A%D8%A9), 20/06/2019.
2. Andonova Yanita, Parcours réflexif de la problématique des usages: une tentative de synthèse, *Communication et organisation* [En ligne], 25 | 2004, mis en ligne le 01 avril 2012, consulté le 25 juillet 2014. URL : http://communicationorganisation.revues.org/2960, 10/06/2019.
3. https://darfikr.com/article/%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A%D9%91%D8%

A9-%D8%B9%D9%86%D8%AF-%D8%B3%D8%B9%D9%8A%D8%AF-%D9%8A%D9%82%D8%B7%D9%8A%D9%86,20/06/2019.

الاتّصال الرّقْميّ و تحقيق التنوع الثّقافيّ في المجتمع الافتراضي

منيـة قوابســي
معهد الصحافة و علوم الأخبار/ منوبة – تونس
محمد كريم عرايبية
جامعة محمد الشريف مساعدية - سوق أهراس – الجزائر

مقدمة

يعد الاتّصال الرّقْميّ من أبرز ما توصل إليه العلم وتم التأسيس له، و هذا بفضل الشبكة الرّقْميّة – الإنترنت- التي حققت قفزة كبيرة في مجال الاتّصال، و أحدثت طفرة في تطور تكنولوجيا الاتّصال ووسائل نشر المعلومات، للانتقال من الاتّصال التقليدي إلى الاتّصال الرّقْميّ الذي تغلغل في تفاصيل الحياة اليومية، واقتحم مجالات مختلفة وفي ذات الوقت اتسعت دائرة انتشاره بين فئات المجتمع المختلفة، وتزايد عدد مستخدميه وكثافة معدلات اِستخدامه بوتيرة متصاعدة.

الاتّصال بين الأفراد ضرورة من ضرورات الحياة التي لا يمكن الاستغناء عنها، ووسائل الاتّصال الرّقْميّ ومواقع التواصل الاِجتماعيّ الحديثة التي وفرتها شبكة الإنترنت يسرت اللقاءات لتبادل الثقافات والأفكار والمعلومات بين أجناس مختلفة خلقت واقعا افتراضيا يحاكي العالم الواقع. الاِختلاف أن أعضاء هذا المجتمع يتفاعلون على الخط بفعل التكنولوجيا مرات عديدة في أي وقت بشكل منفتح باِستخدام النص، أو الصوت و الصورة ... على شاشات الحواسيب الأمر الذي أدى إلى تلاشي الحدود والفواصل الجغرافية وحتى الانتماءات الثّقافيّة أو العرقية ليشكّل سياقات يتفاعل ضمنها أفراد ذوو أصول ثقافية مختلفة، وهذا ما يؤكد على فكرة أن التنوع الثّقافيّ هو التعايش بين أكثر من مظهر ثقافي، وأحد أسباب استمرارية وبقاء المجتمعات البشرية وتطورها.

جاءت هذه الورقة البحثية لتوضيح أهمية الاتّصال الرّقْميّ، وسائله وتطبيقاته في تحقيق التنوع الثّقافيّ لدى الأفراد المتفاعلين على الخط في بيئة الكترونية افتراضية تطلق عليها Fraser بـ فضاء المجتمعات الحديثة التي يسمح فيها بالتخاطب والتداول .

أولاً: ماهية الاتّصال الرّقْميّ، وسائله، وخصائصه:

1- مفهوم الاتّصال الرّقْميّ **:** يعنى الاتّصال الرّقْميّ بمتابعة إحداثيات ومعطيات العصر من وسائل وأجهزة ومبتكرات مع تطبيقات اِستخداماتها الحديثة والاستفادة منها في شتى مناحي الحياة الإنسانية، في هذا السياق يقدم Philippe Gerard (2014) تعريفا للاتصال الرّقْميّ على أنه "مجموعة الأنشطة الاتّصالية المتنوعة التي يتم استقبالها من خلال النظم الرّقْميّة التي فرضت على ألأفراد والمنظمات تعديل إستراتيجيتها الاتّصالية لتشمل الأبعاد الثلاثة: الشبكة

الرّقْميّة (الواب)، و شبكات التواصل الاِجتماعيّ التي يتحقق من خلالها التفاعل، والأجهزة الرّقْميّة".
ويعرف الاتّصال الرّقْميّ " Digital Communication أنه العملية الاِجتماعيّة التي يتم فيها الاتّصال من بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتّصالية المتنوعة، واستقبالها من خلال النظم الرّقْميّة ووسائلها لتحقيق أهداف معينة أسباب الاتّصال الرّقْميّ" (ماهر عودة الشمايلة/ محمود عزت اللحام/ مصطفي يوسف كافي، 2015، ص. 67).

كما تعرف كريستي أهو الاتّصال الرّقْميّ " Digital Communication المهارة الأساسية لمعظم الأعمال التي يجب أن يكتسبها الفرد في إطار المفاهيم، والإنتاج والتوصيل والاِستقبال لوسائل الاتّصال في وظائفهم وحياتهم، حيث أن الاتّصال الرّقْميّ هو القدرة على خلق الاتّصال الفعال من مختلف الوسائل الرّقْميّة" (محمد عبد الحميد، 2007 ، ص . 74).
من منظور آخر يقدم محمد عبد الحميد تعريفا للاتصال الرّقْميّ "يؤكد فيه دور الكمبيوتر في عملية الاتّصال الرّقْميّ، وفي نفس الوقت يرى أن الاتّصال الرّقْميّ يقع في الإطار الأوسع لمفهوم الاتّصال وعناصره وأشكاله ونماذجه، لأنه في النهاية اتصال إنساني أو بين أفراد لتحقيق أهداف معينة، يتسم بكل سمات الاتّصال الإنساني، ويتم من خلال عمليات فرعية عديدة تتأثر بكل المداخل الاِجتماعيّة والنفسية واللغويّة التي تناولها علماء النفس والاجتماع واللغة وقدموا لها النماذج العديدة التي تشرح الاتّصال الإنساني وعملياته وعلاقاته" (محمد عبد الحميد ، المرجع السابق ، ص . 07).
في هذا السياق نجد أنفسنا أمام معادلة مركبة للاتصال الرّقْميّ تنطلق من جانب مادي متعلق بتوفر الشبكة الرّقْميّة ووسائلها من أجهزة رقمية ومواقع التواصل الاِجتماعيّ مع مهارة الاِستخدام وصولا إلى الحوار (التفاعل) الذي يحقق الرضا المعنوي، لأنه في النهاية اتصال إنساني يتم في بيئة الكترونية افتراضية يتفاعل ضمنها أفراد ذوو أصول ثقافية مختلفة، يشتركون في الكثير من الروابط والاهتمامات والأنشطة المشتركة، وهو عملية مستمرة لأن العلاقات تطورية.
ويتميز الاتّصال الرّقْميّ بمجموعة من الخصائص من أبرزها:
1- التّفاعليّة : هذا يعني أن الاتّصال الرّقْميّ هو اتصال تفاعلي يحدث من خلال الواب الذي جعل منه إعلام جديد للاتصال، يتعامل مع الرّقْميّات والمعلومة الرّقْميّة التي ساهمت في تغيير المعتقدات وثقافات المجتمعات.
2- اللا تزامنية: وهي مرتبطة أساسا بحرّية الفرد في انتقاء المادة الإعلامية وامكانية التفاعل مع العملية الاتّصالية متى اراد ذلك، سواء أكان طرفا مرسلا أو مستقبلا.
3- المشاركة والذيوع: يتيح الاتّصال الرّقْميّ لكل طرف في العلمية الاتّصالية شريطة امتلاكه لدعائم بسيطة أن يكون ناشرا يرسل رسائله لمن أراد ورجع الصدى يكون متوفرا حسب الطلب.
4- العالميّة: فالقرية الكونية لمرشال مكلوهان اصبحت اليوم شبكة رقمية عالميّة تتيح لكل من يلج اليها التواصل والاتّصال والإعلام والتعلم.
5- تعدد الوسائط: الاتّصال الرّقْميّ اليوم عجل من تداخل الوسائط الإعلامية والاتّصالية الجماهيرية في محتوى رقمي واحد يشمل الصوت والصورة والنصوص والتسجيلات

والرسوم ... فقد تداخلت الوسائط وتعددت حتى اصبح من الصعب التفريق بين الاتّصال عبر الوسائط وخارجه فلا نجاح لوسائل الاتّصال خارج الوسائط دون مشاركة وسائل الاتّصال عبر الوسائط وهو ما فرضته العولمة ثم الظروف الراهنة وتطورات تقنيات ووسائل الإعلام والاتّصال الحديثة والرّقْميّة.(عرايبية محمد كريم ،2018)

2- وسائل الاتّصال الرّقْميّ :

إن التزايد في اِستخدام تكنولوجيا الاتّصال الرّقْميّ في مختلف الميادين والأنشطة فرض على الأفراد اِستخدام الشبكة الرّقْميّة للاستفادة من وسائل الاتّصال الرّقْميّ، بحيث يستطيع الفرد أو المؤسسة استحداث المعلومات والنفاذ إليها واِستخدامها وتقاسمها للاستفادة مما تقدمه من مزايا في جميع المجالات، كما ساعدت على تطوير أشكال الاتّصال وتوفير أشكال حديثة نذكر منها:

* تكنولوجيا الحاسبات الإلكترونيّة وشبكة الإنترنيت: يعتبر الحاسب الإلكترونيّ وسيلة مهمة لتفعيل ممارسة الاتّصال العالميّ بوِساطة شبكة الانترنيت بعد المزاوجة بينها وبين وسائل الاتّصال الجماهيري التي جعلت منها وسائل تقليدية مجردة إياها من صفة الجماهيرية بفضل زيادة وتيرة التفاعل المباشر وتنوع الخيارات والخدمات الاتّصالية "شبكة الانترنيت أشهر وسيلة معلوماتية تفاعلية" (فضيل دليو،2014 ، ص.235)، وهي تمثل "منتدى عالميّا لكل الثقافات والنشاطات المختلفة والتي تقوم على فكرة تفاعل وتبادل المعلومات بين طرفين يعتبر كل منها مرسلا في الوقت نفسه" (محمد السيد حلاوة/ رجاء علي عبد العاطي العشماوي ، 2011، ص.34).

* الاتّصال بمواقع التواصل الإجتماعيّ وتطبيقاتها: ظهور شبكات التواصل الإجتماعيّ وانتشارها ساهم في تغيير طريقة تواصل الأفراد وتفاعلهم في بيئة افتراضية تجمعهم وفقا لميولاتهم و اهتماماتهم. ويوجد حاليا على الانترنيت أكثر من 400 موقع شبكات اِجتماعيّة، وتتمثل أهم تلك الشّبكات الإجتماعيّة: موقع الفايسبوك، موقع تويتر، ماي سبيس My Space، ...المدوّنات Blog والمنتديات بالإضافة إلى التطبيقات التي قدمتها بعض الشركات الكبرى مثل جوجل و ياهو من خلال توفير خدمات التحرير والكتابة وتخزين الصور وإرسالها مثل موقع fliker، ونشر المقاطع مثل يوتيوب" ... لقد أحدثت هذه المواقع انعكاسات كبيرة على قواعد حرية النشر والتعبير، و تدعيم الفكر، وغيرها من مفاهيم سياسية اِجتماعيّة وتجارية انتشرت وتكونت حولها الجماعات مستفيدة من سهولة اِستخدامها والمشاركة فيها دون خبرات تقنية أو تكاليف ما" (علي عبد الفتاح كنعان، 2014،ص.17) .

3- خصائص الاتّصال الرّقْميّ :

تشير التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتّصال إلى أن العالم يمر بمرحلة تكنولوجية معلوماتية اتصالية جديدة تتسم بسمة أساسية وهي المزج بين أكثر من تكنولوجيا معلوماتية اتصالية تمتلكها أكثر من وسيلة لتحقيق الهدف النهائي، وهو توصيل الرسالة الاتّصالية إلى الجمهور المستهدف، أطلق عليها مرحلة الاتّصال متعدد الوسائط Multimédia أو التكنولوجية الاتّصالية التّفاعليّة Interactive.

هذا التطور أبرز للوجود ما يعرف بطريق المعلومات الفائق السرعة، وأصبح أمام جيل اليوم الطامح بالحصول لثقافة سهلة في ظل الانتشار السريع لوسائل الإعلام و الاتّصال الرّقْميّة الجديدة.

ساهمت وسائل الاتّصال الرّقْميّ بمختلف وسائطها في زيادة الوعي العلمي والثّقافيّ لدى المجتمعات وانفتاحها على بعضها، وهذا بفضل سهولة وبساطة التعامل مع هاته الوسيلة، وسرعة تدفق وانتشار المعلومات فيها، التي أصبحت تحمل صفة العالميّة، فبمجرد اِستخدام محرك البحث يمكن الوصول إلى أي معلومة أو أي مكان ومعرفة تفاصيله، كما حققت خاصية التّفاعليّة في أثناءِ العملية الاتّصالية وتبادل الأدوار بين الأفراد والمؤسسات وباقي المجموعات، مع توجيه الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها (المتلقي) الذي يستقبلها في أي وقت. الإنترنيت بصفة عامة تطرح مفاهيم جديدة في مجالات فاعلية الجمهور، والتكنولوجيا، وطبيعة المضمون ورجع الصدى بصورة تختصر الوقت، الجهد، المال، وبأساليب بالغة التّأثير الفعالية.

ثانياً: الاتّصال الرّقْميّ والتنوع الثّقافيّ في المجتمع الافتراضي:

1- مفهوم التنوع الثّقافيّ **:**

برز التنوع الثّقافيّ كانشغال رئيسي في مطلع القرن الجديد على أن المعاني التي ارتبطت بهذا المصطلح - الذي يكاد يشمل كل شيء- متنوعة تماما، كما أنها كثيرة التغير، والتحدي الأساسي يتمثل في طرح رؤية منسجمة متماسكة للتنوع الثّقافيّ توخيا للمصلحة العامة وفي نفس الوقت الحفاظ على استمرارية المجتمعات، و يستخدم مصطلح "التنوع" للإشارة إلى "الإختلافات المستمدة من بنية الثقافة، أي الإختلافات المتجذرة ثقافيا" (باريخ بيخو ، 2007 ، ص . 20)، ضمن هذا الإطار يحمل مفهوم التنوع الثّقافيّ فكرة "التعايش بين أكثر من مظهر ثقافي داخل نفس الوسط المجتمعي" (باريخ بيخو، 2007).

هذا يؤكد أن مفهوم التنوع الثّقافيّ يحمل "قيمة مجتمعية"، وهي قيمة توجيهية من شأنها أن توفر نوعا من خارطة الطريق للتنظيم الاِجتماعيّ والثّقافيّ والمؤسسي في مجتمعاتنا المعاصرة.

إن الفهم القيمي للتنوع الثّقافيّ كقيمة مجتمعية تم التأكيد عليه من طرف منظمة اليونسكو في أكثر من مناسبة حيث عبرت "... وجهة النظر الأكثر إيجابية للتنوع الثّقافيّ، هو أنه لا ينبغي ببساطة تجاهله ولكن الاعتراف الكامل به ودمجه في خطة اللعبة الديمقراطية" (Alejandro Fuentes, 2010-2011, p**.** 13) ، وهو ما يشكّل تأكيدا من قبلها على أهمية التنوع الثّقافيّ في إطار النظام الديمقراطي...

في هذا السياق، يمكن القول إن من أحد الأسباب التي أدت إلى استمرارية بقاء المجتمعات البشرية وتطورها بحركة تصاعدية، وعملت على توفير أسباب الرقي لهذه المجتمعات هو توفر عنصر التفاعلبين الثقافات الذي أفضى إلى الأخذ بالأمور الايجابية من كل ثقافة بما يؤمن مجتمعا منفتحا وايجابيا بعيداً عن الانغلاق والسلبية.

ويقدم عبد المجيد ميلاد تعريفا للتنوع الثّقافيّ من منطلق تعدد أشكال التعبير الثّقافيّ المستمدة من هوية ذلك المجتمع فيقول: "لا تقتصر تجليات التنوع الثّقافيّ على تنوع أساليب التعبير عن التراث الثّقافيّ للبشرية وأساليب حمايته وإثرائه ونقله إلى الأجيال المقبلة، بل تشمل كذلك تنوع أشكال التعبير الثّقافيّ التي تحملها السلع والخدمات الثّقافيّة في جميع أنحاء العالم وشتى

أنماط الإنتاج والنشر والتوزيع والاستهلاك، أيا كانت الوسائل والتكنولوجيات المستخدمة" (عبد المجيد ميلاد 2008 ، ص.117)، من خلال التعريف نجد انه قدم طرح جديد للتعبير عن ثقافة الفئات الاِجتماعيّة مرتبطاً بتنوع السلع والخدمات الثّقافيّة التي تتخطى المجتمع المحلي.

هذا ينقلنا إلى الحديث عن مفهوم الثقافة Culture التي تتميز بطبيعة تراكمية ومستمرة تنتقل من جيل إلى جيل، فهي ميراث اجتماعي لكافة انجازات البشرية، وتوجد في كل المجتمعات...

ومن أهم التعريفات التي كان لها مكان الصدارة في تعريف الثقافة، تعريف إدوارد تايلور الذي نشر في كتابه "الثقافة البدائية Primitive Culture" بوصفها "ذلك الكل الديناميكي المعقد الذي يشمل المعارف، والفنون، والمعتقدات، والقوانين، والأخلاق، والتقاليد، والفلسفة، والأديان والعادات التي اكتسبها الإنسان من مجتمعه بوصفه عضوا فيه" (تركي الحمد، 2007 ، ص . 15).

لقد ازدادت أهمية ما أطلق عليه الصناعة الثّقافيّة وأساليب نشرها بِاستخدام التكنولوجيا المعلوماتية والاتّصالية الرّقْميّة الراهنة بما تتصف به من مميزات وخصائص تفاعلية يكون لكل طرف فيها القدرة والحرية في التّأثير على عملية الاتّصال في الوقت والمكان المناسبين لهما، وهذا ما يؤكد أن الثقافة هي وليدة النماذج التي ينشئها أفراد المجتمع أو يستعيرها من مجتمع آخر ليستعين بها في حياته الاِجتماعيّة، وهي تنتقل بفضل الاتّصال وجميع أنواعه ووسائله.

2- المجتمع الافتراضي و إحياء الفضاء العمومي الافتراضي:

أ- مفهوم المجتمع الافتراضي:

أشارت عدة دراسات إلى ضياع مفهوم المجتمع المحلي في تحولات التحديث للمجتمعات البشرية والانتقال إلى مجتمعات ومدن ما بعد الحداثة كما يقول فوستر، ويشير علم الاجتماع الحديث إلى ضياع هذا المفهوم والذي يعرف بالمكان الثالث كعنصر مهم لتشكيل المجتمعات المحليّة وهي الأمكنة (الاِجتماعيّة)، التي يرتاح فيها الناس من الأعباء اليومية، والفروقات بينهم لتعوض بالمجتمعات المحليّة الاِفتراضيّة بعد تفكك وتفرق المجتمعات التقليدية ...

يعرف المجتمع الافتراضي حسب " Haward Rhingold بأنه تجمعات اِجتماعيّة، تنشأ من شبكة الإنترنت، حين يستمر أناس بعدد كاف، في مناقشتهم علنيا، لوقت كاف من الزمن، مشاعر إنسانية، كافية لتشكيل شبكات من العلاقات الشخصية في الفضاء السايبيري" (غنية شافعي / نادية عياري، 2017).

في حين يقدم de Moor and Weigand تعريفا للمجتمع الافتراضي على أنه "نظام اجتماعي تكنولوجي"، ويشتمل هذا التعريف مجموعة من العناصر المهمة (عبد العال الديربي 2013 ، بتصرف):

- جماعة من الأفراد هويتهم غير معلومة.
- اهتمامات مشتركة.
- تفاعل يتصف بالاستمرارية وسرعة الاستجابة.

- وسيلة وفضاء للتواصل: مواقع التواصل الاِجتماعيّ، غرف الدردشة،....

ب- إحياء الفضاء العمومي الافتراضي:

يعقد الكثير من المفكرين والباحثين الأمل على جيل الانترنيت في تجديد الأنظمة التي تعاني اختلالات ومن بينهم فيدال الذي يرى أنه "من خلال تبسيط تدفق المعلومات وتسهيل التفاعل بين الأفراد، تتيح الشّبكات الإلكترونيّة للمواطنين المشاركة بنشاط أكبر في حياة العامة وبالتالي تعزيز الديمقراطية". (Thierry Vedel,2003, p. 243)

إن جيل الانترنيت حمل معه بداية ديمقراطية الحياة، مع ظهور مجالات عديدة للتعبير الحر وللتفكير الناقد والالتزام بقضايا وطنية فضلا عن تبادل المعلومات والأخبار وجلب التضامن والتعاطف للقضايا، والانترنيت بفعل التطبيقات الجديدة التي وفرت نشوة اتصالية غير مسبوقة تمكن الفرد من التخاطب مع أكثرية الناس دون عناء بكل حينية وسرعة المطلوبتين في التفاعل والتحاور.

لم يستعمل مفهوم الفضاء العمومي إلا مع يورغن هابرماس في أطروحته التي نشرت سنة 1960 تحت عنوان "الفضاء العمومي اركيولوجيا الدعاية باعتبارها مكوناً بنيوياً للمجتمع البرجوازي" كما ظهرت فضاءات عامة (مقاه، صالونات، نوادٍ...) كان البورجوازيون يتبادلون فيها الرأي ويتناقشون في قضايا الفن والمسرح والأدب.

ويرتكز الفضاء العمومي على النقاش والحجاج العقلي حسب النظرية التواصلية لهبرماس كما يرتكز على التراث الكوني لحقوق الإنسان كقاعدة نظرية مشتركة.

وأشار هابرماس إلى أن نجاح المجال العام يعتمد على (حاتم سليم العلاونة ، 2012):

- مدى الوصول والانتشار.
- درجة الحكم الذاتي (المواطنون يجب أن يكونوا أحراراً، يتخلصون من السيطرة والهيمنة والإجبار).
- رفض الإستراتيجية ، كل فرد يشارك على قدم ومساواة.
- الفهم والثقة والوضوح في المضمون الإعلامي الاتّصالي.
- وجود سياق اجتماعي ملائم.

وقد ساهمت الثّورة الاتّصالية الكبرى والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام والاتّصال الرّقْميّة وعلى رأسها الإنترنت في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد تمثله مجتمعات وجماعات انترنتية لعمل أي شيء يمكن عمله في العالم الطبيعي، الفرق هو أن أفراد هذه المجتمعات الرقمية يتفاعلون بفعل التكنولوجيا.

في هذا السياق تقر Fraser بالحاجة إلى تجاوز نظرية Habermas كونها مبنية على أسس الإطار الوطني التي تجاوزها التاريخ و معطيات الواقع الاِجتماعيّ الجديد، وصياغة أطروحة جديدة تطلق عليها اسم الفضاء العمومي ما بعد البرجوازي، كما تعلن أن هدفها هو الدفاع عن فضاء عمومي بديل للنموذج الليبرالي نتيجة تنامي الظواهر العابرة للأمم، والمرتبطة بالعولمة والتعددية الثّقافيّة، حيث أصبح من الضروري حسبها بحث إمكانية وضرورة إعادة تشكيل نظرية الفضاء العمومي على أسس عابرة للأمم – فضاء عمومي افتراضي- (غنية شافعي / نادية عياري، 2017 ، بتصرف).

3- الاتّصال الرّقْميّ و تحقيق التنوع الثّقافيّ في الأمكنة الثالثة الرّقْميّة:

ساهم الاتّصال الرّقْميّ منذ ظهوره في كسر الحواجز التقليدية للفضاء العمومي التي تشكلها وسائل الإعلام و الاتّصال التقليدية، ومع توسع استعمال الاتّصال الرّقْميّ بدأت نواة الفضاء العمومي الافتراضي تتشكل تدريجيا لتبلغ ذروة التبلور مع توسع اِستخدام وسائل الاتّصال الرّقْميّ بشكل أساسي مستغلا حالة الكبت الذي يعيشه الفرد بعد انكماش وضياع المجتمع المحلي أو ما يعرف بالمكان الثالث الذي يعتبر عنصراً مهماً لتشكيل المجتمعات المحليّة، على حسب Haward Rhingold الذي صاغ مصطلح المجتمعات المحليّة الاِفتراضيّة "إن هذه المجتمعات المحليّة الاِفتراضيّة في جزء منها هي رد فعل واستجابة لجوع الناس وافتقارهم إلى المجتمع المحلي، بعد تفكك وتفرق المجتمعات التقليدية" (محمد رحومة، 2008، ص. 64).

إن العلاقات الاِجتماعيّة في الأمكنة الثالثة تفرز قوتها وتربط الأفراد بعلاقات لا يمكن تكوينها في غيرها من الأمكنة الرسمية، مما جعل المجتمعات المحليّة الاِفتراضيّة تلقى رواجا وقبولا لدى المشاركين على الشبكة، في أمكنة ثالثة رقمية مثل: غرف الدردشة، مواقع التواصل الاِجتماعيّ،...

في هذا السياق يمكن اعتبار المجتمع المحلي الافتراضي مجتمعاً على الخط يتفاعلون في بيئة الكترونية افتراضية عبر وسائل الاتّصال الرّقْميّة ومواقع التواصل الاِجتماعيّ الحديثة، ويطوّرون فيما بينهم شروط الانتساب إلى الجماعة، و يشتركون في الكثير من الروابط والاهتمامات والأنشطة المشتركة لتشكل سياقات يتفاعل ضمنها أفراد ذوي أصول ثقافية مختلفة.

وهنا يمكن القول إن نمو وسائل الاتّصال الرّقْميّ وتطورها السريع ساهم في إحداث تغيرات شاملة في الحياة الثّقافيّة للأفراد، حيث أفضى المد الاتّصالي الجديد في ظل الثّورة الرّقْميّة وانجازها الأعظم الإنترنت التي حققت قفزة كبيرة في مجال الاتّصال وأحدثت طفرة في تطور تكنولوجيا الاتّصال ووسائل نشر المعلومات إلى استحداث نافذة الفضاء العمومي الافتراضي التي يطل منها إنسان هذا العصر على العالم ليتفاعل، ويرى من خلالها ثقافته وحضارته، وتقدمه، و في نفس الوقت تضمن له حرية التعبير والاختيار لمختلف أشكال الممارسة الفنية والثّقافيّة والاِجتماعيّة والدينية والفلسفية وهذا بعد إزاحة الحدود والفواصل التي كانت تعيق الاتّصال الثّقافيّ واللغوي، وانقضاء عصر العزلة وبالتالي فهي تكفل الحق في التنوع الثّقافيّ.

أيضا بالحديث عن دور الاتّصال الرّقْميّ ووسائله وتطبيقاته في تحقيق التنوع الثّقافيّ في فضاء عمومي افتراضي- المكان الثالث الرّقْميّ - نجد "أنها تقع في قلب النقاشات حول مسالة التنوع الثّقافيّ خاصة بعد أن تطور هذا القطاع ونما بفضل الثّورة التكنولوجية التي أحدثتها التحولات المعلوماتية خلال العقدين الماضيين" (محمد إبراهيم عايش ، 2006 ، ص. 03)، فأضحت مصدرا مهما من مصادر المعرفة التي تغذي قيم التنوع الثّقافيّ في مجتمعنا، وتعزز الروابط الإنسانية التي تجمع بين المجتمعات، وهذا ما يؤكد أن الروابط الاِجتماعيّة في الأمكنة الثالثة الرّقْميّة تجذب الأفراد مستخدمي الإنترنت لعمل أي شيء يمكن عمله في العالم الطبيعي- الواقعي- الفرق أن أعضاء هذه المجتمعات يتفاعلون بفعل وسائل الاتّصال الرّقْميّ وتطبيقاته.

ووفقا لمعلومات Omobono (The World Of Social Media) فقد بلغ في نهاية عام 2010 عدد المواقع على شبكة الإنترنت 255 مليون موقع، منها 21.4 مليون موقع أضيفت خلال

عام 2010 ،... وارتفع عدد المشتركين في الفيسبوك Face book من 500 مليون مشترك خلال نفس العام إلى 835 مليون في نهاية شهر آذار 2012 ، كما نشرت مؤسسة غارتنر المتخصصة في بحوث تكنولوجيا المعلومات في نيويورك تقريرا يشير إلى أن إنتاج الحواسيب في العالم سيرتفع من 387.8 مليون في نهاية عام 2011 إلى 440.6 مليون خلال عام 2012 ، في حين كشفت دراسة جديدة لشركة Radicati المتخصصة بجمع بيانات وإحصاءات اِستخدام البريد الإلكترونيّ بأن عدد المشتركين في حسابات البريد الإلكترونيّ في جميع أنحاء العالم سيزداد من 3.1 مليار مشترك في عام 2011 إلى 4.1 مليار مشترك بحلول نهاية عام 2015، كما يتمتع أكثر من 90 في المائة من سكان العالم في الوقت الحاضر بالنفاذ إلى شبكة الاتّصالات الرّقْميّة المتنقلة، مما يجعل الهاتف المتنقل منتشرا في كل مكان، وتدل بيانات الاتحاد الدُّوَلي للاتصالات على أن عدد اشتراكات الهواتف المتنقلة يقدَّر بنحو 5.3 مليار، منها 3.8 مليار مشترك في بلدان العالم النّامية (عبد الرزاق الدميلي، 2011، ص. 166 . بتصرف)، و بناءا على هذا فإن الاتّصال الرّقْميّ بوسائله امتد إلى محاكاة الأفكار والتعريف بالأحداث وترويج لها من خلال التجمعات الرّقْميّة التي تحقق ما يعرف بالثقافة المشتركة على الرّغم من تخوف بعض الباحثين من الصراعات الثّقافيّة والإفقار، والهيمنة الثّقافيّة لبعض الدُّوَل، والتبعية الثّقافيّة التي يتعارض مضمونها مع مبادئ وقيم وأفكار المجتمعات المحليّة التي تعيش عالما واقعيا.

و بهذا فقد ساهمت وسائل الاتّصال الرّقْميّة وتطبيقاتها المستخدمة من قبل المجتمعات الإفتراضيّة - مجتمعات على الخط - في فسح المجال أمام مختلف الثقافات للتعبير عن نفسها بكل حرية وبالطرق التي تناسبها لما لها من قدرة تيسير التفاعل وتحقيق الأهداف الإنسانية، كما يمكن أن تقرب المسافات بين الثقافات وتتيح المزيد من التعارف والتفاهم بين هاته المجتمعات الحديثة وترسيخا للتعددية الثّقافيّة.

لكن هذا لا يمنع من تفاعل الأفراد والجماعات في الأوقات التي تناسبهم، بفضل ميزة اللاتزامنية Asynchronization التي يوفرها الاتّصال الرّقْميّ وهي إمكانية إرسال الرسائل و يكون لكل طرف القدرة والحرية في التّأثير في عملية الاتّصال في الوقت والمكان المناسبين لهما. في هذا السياق يمكن القول إنه بفضل تطور المستحدثات الرّقْميّة في الاتّصال وتعددها، تنوعت أشكال الاتّصال المتاحة من خلال الوسيلة الرّقْميّة الحاسوب الذي يستخدم في توفير الاتّصال الشخصي بالاتّصال الصوتي أو الكتابي Chat أو البريد الإلكترونيّ... مع إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر كالتقنيات التي تساعد على تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة والعكس، ونظام الترجمة الفوري الآلي الذي أشاع استخدامه موقع Google للترجمة فوريا من أي لغة كانت إلى خيارات متعددة من اللغات الأخرى الأمر الذي ساعد على سقوط الحواجز الثّقافيّة بين أطراف عملية الاتّصال سواء على المستوى الثنائي أو الجمعي على الرّغم من من اختلاف لغاتهم وثقافاتهم، وهذا ما يؤكد أن الاتّصال الرّقْميّ بوسائله وتطبيقاته تقع عليه "مسؤولية تطوير الإنتاج الثّقافيّ، من ناحية وتيسيره للناس من ناحية أخرى، فتحقق بذلك الركيزتين التي تقف عليهما الثقافة: التقدم المستمر في غير تراخ، وتحقيق الديمقراطية العقلية والوجدانية في المجتمع" (فضيل دليو، 2010 ، ص. 183)

تعد وسائل الاتّصال الرّقْميّ الناقل الأساسي لجميع أنواع الثقافة، وهي أدوات تساعد على دعم المواقف أو التّأثير فيها وتعزيز ونشر الأنماط السلوكية وتحقيق التكامل الاِجتماعيّ، وهي

تلعب دورا أساسيا في تطبيق السياسات الثّقافيّة وإضفاء طابع ديمقراطي على الثقافة، ولا يعني هذا أن الاتّصال الرّقْميّ يمكن أن يحل محل القنوات الثّقافيّة التقليدية، لكن أيضا هذا لا يمنع الإقرار بأن الاتّصال الرّقْميّ أحدث تغيرات جذرية في تنمية الثقافة الفردية أو الجماعية بجميع مستوياتها، وعليه فالهدف من الاتّصال الحاصل في المكان الثالث بنوعيه التقليدي والرّقْميّ ليس من أجل التخلص من الأعباء اليومية وتكوين مشاعر إنسانية والتخلص من قيود العمل والتخلص من القواعد الرسمية لممارسة الواقع اليومي،... بل أيضا يساهم في اكتساب ثقافات أخرى وتناقلها من جيل إلى آخر، كما يساهم في تفعيل الممارسات الثّقافيّة الكفيلة بحماية التنوع عبر تجميع المخزون الثّقافيّ والعمل على ترويجه على نطاق واسع وتعزيز قيم التنوع الثّقافيّ باعتبارها قضية أساسية لتقوية المجتمع وتثبيت بنائه الِاجتماعيّ.
لقد جعل الاتّصال الرّقْميّ العالم في حالة تغير مستمر، لذلك لا يمكن أن ينشأ أي تعاون بناء أو أي حوار حقيقي بين الحضارات والثقافات دون الإقرار بمبدأ التنوع الثّقافيّ، والإقرار بدور الاتّصال الرّقْميّ ووسائله في تعزيز هذا التنوع والمحافظة عليه والإسهام في تشجيع الحوار واحترام التنوع الثّقافيّ باعتباره سبيلا للتعايش بين المجتمعات، والتأسيس لمستقبل مشترك أكثر اطمئنانا وتضامنا.

الخلاصة:

لقد ساهمت وسائل الاتّصال الرّقْميّ في كسر عزلة الأفراد وبناء فضاء عام اجتماعي جديد تطلق عليه تسمية: الفضاء العمومي الافتراضي الذي حفز على التفاعل والمشاركة الجمعية، مما فتح المجال أمام مختلف الثقافات للتعبير عن نفسها بكل حرية وبالطرق التي تناسبها، الأمر الذي قرب المسافات بين الثقافات وأتاح المزيد من التعارف والتفاهم بين هاته المجتمعات الحديثة والمساهمة في تعزيز قيم التنوع الثّقافيّ.

قائمة المصادر والمراجع

اللغة العربية :

- باريخ ، بيخو. (2007)، "إعادة النظر في التعددية الثّقافيّة التنوع الثّقافيّ والنظرية السياسية". دمشق: الهيئة العامة السورية للكتاب.
- تركي ، الحمد.(2007)، "الثقافة العربية في عصر العولمة". بيروت: دار الساقي.
- حاتم، سليم العلاونة. (2012)، "دور مواقع التواصل الِاجتماعيّ في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري". ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير".8 - 6 نوفمبر 2012. عمان : كلية الآداب/ جامعة فيلادلفيا.
- عبدالرزاق، الدليمي. (2011)، "الإعلام الدُّوَلي في القرن الحادي والعشرين". عمان: دار المسيرة.
- عبد المجيد، ميلاد. (2008)، "التنوع الثّقافيّ في عصر تكنولوجيا المعلومات". القاهرة: دار قباء.
- علي، عبد الفتاح كنعان. (2014)، "الإعلام والمجتمع".ط1. الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

- غنية شافعي / نادية عياري. (2017)، "الاتّصال البين ثقافي في المجتمعات الإفتراضيّة، نحو اعادة تشكيل فضاء عمومي عابر للأمم". ورقة مقدمة للملتقى الدُّوَلي بعنوان "الفضاء العمومي ومواقع شبكات التواصل الإجتماعيّ: التشظي و إعادة قراءة المفهوم.19-20 أفريل 2017 . وهران: قسم علوم الإعلام و الاتّصال /جامعة وهران.
- فضيل، دليو.(2014)، " تكنولوجيا الإعلام والاتّصال الجديدة بعض التقنيات الحديثة" . ط 1. الجزائر: دار هومة للنشر.
- ماهر عودة الشمايلة /محمود عزت اللحام/ مصطفي يوسف كافي. (2015)، "الإعلام الرّقْميّ الجديد". عمان: دار الإعصار العلمي.
- محمد، إبراهيم عايش .(2006)، "وسائل الإعلام الجديدة ومجتمع المعرفة في الوطن العربي" الواقع الحالي والاتجاهات المستقبلية"، جامعة الشارقة.
- محمد، رحومة. (2008) ، "علم الاجتماع الآلي، مقاربة في علم الاجتماع العربي والاتّصال عبر الحاسوب". الكويت: عالم المعرفة.
- محمد، السيد حلاوة/ رجاء، علي عبد العاطي العشماوي. (2011)، "العلاقات الإجتماعيّة للشباب بين دردشة الانترنيت والفايس بوك".ط1. مصر: دار المعرفة الجامعية.
- محمد، عبد الحميد. (2007)، "الاتّصال والإعلام على شبكة الإنترنت". القاهرة:عالم الكتب.
- محمد كريم عرايبية. (2018)، "إشكالية الاتّصال عبر الوسائط وخارجها، دراسة تحليلية في المصطلح". ورقة مقدمة للملتقى الدُّوَلي الخامس للرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتّصال بعنوان "إشكالية المصطلح والمفهوم في علوم الإعلام والاتّصال". 29-30 نوفمبر 2018 . لبنان: معهد الدكتوراه للعلوم الانسانية والإجتماعيّة/ الجامعة اللبنانية.

اللغة الأجنبية:

- Alejandro Fuentes. (2011), “cultural diversity and indigenous peoples' land claim, Argumentative dynamic and jurisprudential approach in the Americas”. tesis di dottorato, universita degli studi di Trento, anno accademico 2010-2011.

- Thierry Vedel . (2003), " L’idee de Democratier Electronoque Origines, Vision, Question Paru dans Le désenchantement démocratique ", Perrineau Pascal (dir). La Tour d’Aigues : Editions de l’Aube.

المواقع المرجعية :

- عبد العال، الديربي. (2013)، "المجتمعات الإفتراضيّة : التعريف، التطور، الغايات"، مقال : المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكترونيّ. موقع الكتروني :
http://accronline.com/article_detail.aspx?id=9683, Date: 04/05/2019, h 23 :10

- Philippe. Gérard. (2014). Article, Qu'est-ce que la communication digitale?.Le Blog de la Communication Digitale.
  Site Web : http://www.communication-web.net,Date: 30/05/2017.

الخلاصة والمقترحات

د. مي العبدالله

توصلت مداخلات المؤتمر إلى مجموعة من النتائج والمقترحات نختصرها في هذه الخلاصة:

• ساهمت وسائل الاتّصال الرّقْميّ في كسر عزلة الأفراد وبناء فضاء عام اجتماعي جديد حفز على التفاعل والمشاركة الجمعية، وفتح المجال أمام مختلف الثقافات للتعبير عن نفسها بكل حرية، مما ساهم في تعزيز قيم التنوع الثّقافيّ. وأدى التطور التكنولوجي الرّقْميّ إلى ظهور وسائل إعلام واتصال وإلى فتح آفاق جديدة للاتصال الجماهيري، فأصبحت تكنولوجيا النظم الرّقْميّة في متناول عدد كبير من الجمهور.

• سهَّل التدفق الكبير في حجم المعلومات المتاحة بعد الثّورة الرّقْميّة عملية إرسال واستقبال المعلومات، وأحدث في الوقت نفسه فجوة في واقع العلاقات بين الغرب والشّرق، وبين الدُّوَل المتقدّمة التي تمتلك التكنولوجيا والدُّوَل النّامية التي تفتقر لها. كما شهد العصر الحالي سرعة فائقة وتطورا كبيرا في صناعة تكنولوجيا وسائل الاتّصال والمعلوماتية، مما انعكس إيجابا على شكل وسائل الإعلام الجديدة ومضمونها وخصائصها وانتشارها وقدراتها على التّأثير.

• شكلت وسائل الاتّصال العامل الأهم والأبرز في تكوين اتجاهات ومواقف الفرد باعتبارها الطريق إلى المعرفة، وأداة فعالة في التنمية وتطوير الوعي. وقد ساهم المد الاتّصالي في المجتمعات المتقدّمة، وانفجار وسائل الاتّصال المحليّة في ظل الثّورة الرّقْميّة، في ضمان حرية التعبير لمختلف أشكال الممارسة الثّقافيّة.

• ساهمت شبكة الإنترنت في تفعيل الممارسات الثّقافيّة الكفيلة بحماية التنوع، عبر تجميع المخزون الثّقافيّ والعمل على ترويجه على نطاق واسع وتعزيز قيم التنوع الثّقافيّ، باعتبارها قضية أساسية لتقوية المجتمع وتثبيت بنائه الاِجتماعيّ. كما ساعدت الإنترنت على الانتشار الواسع والسريع لوسائل الاتّصال الرّقْميّ التي باتت إحدى الضرورات الأساسية في دفع الحوار بين الشعوب والثقافات نحو تحقيق الأهداف الإنسانية، وجعلت العالم في حالة تغير مستمرة.

• يؤثر التّلقي الرّقْميّ على الهوية الحقيقية، لصالح الهوية الاِفتراضيّة، فيْ أوقات الظّهور الإفتراضي فيْ فضاء التّلقي الرّقْميّ، إذ هناك ازدواجية الظّهور فيْ العالم الإفتراضي، كون التّغذية الرّاجعة، ، بسبب المرجعيتين الثّقافيّتين للهويتين الحقيقية والاِفتراضيّة.

• يضع الاتّصال الرّقْميّ المُستَخدِم أمام عالم مليء بالمعلومات والثّقافات المختلفة، التّي ليس من السهل التّعامل معها، مما يجعل الإنحياز إلى الثّقافة العالميّة أكثره من الثّقافة المحليّة للمستخدم، مما يؤثر في الهوية الحقيقية سلباً، قياساً بالهوية الاِفتراضيّة التّي تزداد سيطرتها ثقافياً.

• يفرض الاتّصال الرّقْميّ على المُستَخدِم الوقوع بين عالميّن، كل عالم له خصوصيتهِ واشتغالاتهِ، مما يجعل المتلقي بعيداً عن إيجاد صيغ ثابتة فيْ شخصيتهِ، على أساس مرجعية ثّقافية واحدة.

• يواجه كبار السن تحديا تقنيا عند التلقي الإلكترونيّ يتمثل بضعف المهارة في اِستخدام التقنيات الإلكترونيّة، وعدم مواكبة المستجدات في مجال التقنيات الإلكترونيّة، واِستخدام تقنيات التلقي الإلكترونيّ في مراحل متأخرة من العمر. وتعد الامراض العضوية، مثل تكلس الفقرات العنقية وانحناء العمود الفقري وضعف البصر والتقاعس والكسل وعدم الحركة، من أبرز المعوقات التي تواجه كبار السن عند التلقي الإلكترونيّ.

• من أهم التحديات الاِجتماعيّة للتلقي الرّقْميّ تفريق الأسرة، ونشر الافكار الهدامة، والترويج لما من شأنه تفكيك القيم الأسرية والأخلاقية.

• من أهم المعوقات النفسية للتلقي الإلكترونيّ كونها تؤدي الى الإدمان والسهر، نتيجة الإستخدام المفرط والانكفاء على شاشة الحاسوب او الهاتف النقال، وكونها تزيد من حالة العزلة والاكتئاب والامراض النفسية، كما تؤدي الى الانفصام عن الواقع والابحار في عالم افتراضي ليس له علاقة بالواقع. كما توجد علاقة وثيقة بين التحصيل الدراسي ومدى اِستخدام التلقي الإلكترونيّ.

وتصطدم وسائل الإعلام من خلال أدائها الوظيفي تجاه الأفراد والمجتمع ببعض العقبات أو المعدات التي تقلل من فاعليتها، هذه العقبات يطلق عليها في علم الاتّصال بالعمليات الانتقائية وهي:

1- الإهتمام الانتقائي: وفحواه أن الناس لا يستطيعون الاهتمام بكل شيء يوجه لهم، بل إنهم اذا حاولوا ذلك سيعانون حملاً زائداً في الحال ولذلك فإنهم يحصرون اهتمامهم في مجرد جزء محدود مما هو متاح يومياً ويهملون الأجزاء الأخرى، وهذا الانتقاء يرتبط لديهم بالاهتمام الفردي والانتماء الفئوي والروابط الاِجتماعيّة.

2- الإدراك الانتقائي: أي تفسير الخطاب الإعلامي بأساليب تختلف من فرد إلى آخر أو من جماعة إلى أخرى وفق الصفات النفسية المميزة والتوجهات السلوكية الخاصة بالفئات الاِجتماعيّة، وانتماءات الروابط الاِجتماعيّة.

3- التذكر الانتقائي: هناك أنواع معينة من الخطاب الإعلامي، لأنواع معينة من الجمهور، يتم تذكرها بسرعة ولوقت طويل، بينما نفس هذا الخطاب قد يتم نسيانه بسرعة من قبل فئات أخرى لها هياكل معرفية وانتماءات فئوية وروابط اِجتماعيّة مختلفة.

4- السلوك الانتقائي: إن كل فرد لن يتصرف بنفس الأسلوب نتيجة التعرض لخطاب إعلامي معين، وهذه الاستجابات تعتمد على التّأثيرات المتداخلة للمتغيرات الموجودة.

• يكون تأثير وسائل الاتّصال الرّقْميّ في الثقافة إيجابياً إذا كانت المحتويات وثيقة الصلة بالقيم. ومن هذه الآثار الايجابية: تحقيق الانسجام وتعزيز الترابط الاِجتماعيّ، وإيقاظ الوعي

بالعلم الخارجي أو توسيع المحيط، ومعايشة عوالم متعددة تحمل الإنسان عبر الزمان والمكان، والإشباع والتحويل والترفيه، ونقد الذات وتغييرها، والإعلام والتفسير والتحليل.

• ومن أبرز التّأثيرات السلبية: تحييد القيم، جمهرة الثقافة (التبسيط والتشويه)، تضييق المحيط، تقليص المحلي وتوسع العالميّ، إضعاف نسيج الاتّصال الإِجتماعيّ، إضعاف دور قادة الرأي والفكر، تقمص أدوار النجوم السينمائية وغيرها، المعيارية الاستهلاكية، المزج بين الرمزي والحقيقي، إضعاف الحساسية تجاه الممنوعات الثّقافيّة/ الفجوة الإعلامية، الإدمان على الوسيلة، منع الفرد من نقد ذاته أو تغييرها، التركيز على حاسة البصر على حساب الحواس الأخرى في الوسائل المسموعة والمرئية.

• كان للبث التلفزيوني النصيب الأوفر من هذه الثّورة باعتباره أهم وأخطر وسيلة للاتصال الجماهيري في عصرنا الحالي. وقد ساهم كثيراً في جعل الإنتاج البرامجي عموماً أكثر دقة ووضوحاً وأكثر واقعية وأشد قرباً من المشاهدين، بحيث فرض توجهاً يقتضي اختيارات أدق فيما يتعلق بالموضوعات الإنسانية والبرامجية المعروضة على الجمهور، ويستدعي تنوعاً في وجهات النظر خصوصاً مع وجود ونطور شبكة الإنترنت.

• يفترض الانخراط بعلاقة تفاعلية توفر عدداً من الشروط:

أ- يعد متلقي الرسالة شريكاً جديراً بالاستقلالية، وليس متلقياً سلبياً وطيعاً إرادياً.

ب- الحوار يتم بالتساوي على صعيد وسائل وإمكانات التعبير، وفي حال اللاّتوازن، يجب أن يستفيد الطرف غير المحظي من التدريب أو على الأقل من المساعدة التقنية.

ج- لكل محاور الخيار بأن يجيب بطريقة لا تكون مقولبة سلفاً من قبل المرسل، أو الناقل، أو الوسيط أو الوسيلة الاتّصالية الرّقْميّة، وهذا ما يجرد الأنساق شبه التّفاعليّة من أهليتها التي تقتضي إعطاء الانطباع بالتحاور، إذ يكفي الضغط على زر معلوماتي للحصول على الجواب المبرمج مسبقا.

د- الاتّصال يتم دون وسيط، وإذا تمَ اللجوء إلى وسيط لأسباب تقنية، فإن هذا الأخير يجب ألا يشكّل عائقاً للحوار، بل على العكس يجب أن يكون في خدمته، وفي إطار الحوار، لا شيء يرضي طلبات المحاور، لكن الحدَ الأدنى من الإجابة تقتضي إعطاء فعل لكلام آخر.

• تقتصر المشاركة في البرامج التّفاعليّة على الاختيار دون الاسهام في المحتوى، بسبب سوء خدمات الإنترنت، أو الارتفاع في أجور المكالمات، أو بسبب يأس المشاركين من احداث تغيير في الازمة موضوع النقاش.

• القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية هي من أكثر القنوات التي يحبذ المتلقي المشاركة في برامجها وذلك للحرية المتوفرة لابداء الراي فيها، في حين تفتقر البرامج التّفاعليّة المحليّة على قلتها، للمهنية في إنتاج برامجها.

• يميل المتلقي إلى المشاركة في المواضيع السياسية المحليّة، سواء المعروضة في الفضائيات الاجنبية الناطقة بالعربية او العربية او المحليّة، لاهميتها بالنسبة لهم ولمعرفتهم بخلفيات البعض منها ..

في الخاتمة، نتوصل إلى تاكيد أن الجمهور هو منتهى العملية الاتّصالية، ونجاح أي برنامج تلفزيوني يعتمد على تواصل الجمهور ومتابعته له. وبما أن البرامج التّفاعليّة اساسها الجمهور والتقنية، فإن المشاركة في هذه البرامج تعد مشكلة حقيقية في الفضائيات العربية بصورة خاصة، لما تتطلبه من عناصر أساسية لا بد من توفرها في نجاح اي برنامج. بالتالي، من الضروري توفر البنى التحتية من شبكات اتصال وإنترنت وجمهور واع وقادر على اِستخدام هذه التقنيات، لإغناء البرامج التّفاعليّة خاصة بالمعلومة والصور والصوت والوثائق.

أكدت البحوث ضرورة الحديث عن متلقٍ رقمي لنصوص رقمية بمعايير جمالية،وليس مجرد مستخدم لتكنولوجيا علوم الإعلام والاتّصال. فالمسألة تنبني بالأساس على فهم عميق لما يحدثه المتلقي من تفاعل مع الرسائل والنصوص الرّقْميّة. لأن الشراكة التي أقيمت بين المؤلف والمتلقي الرّقْميّين دمجت أكثر الأدوار، وعقدت من عملية التواصل التي تتميز بالتشعب وكثرة الترابط النصي، وقد تخرج المتلقي الرّقْميّ من صلب الموضوع إلى إحالات جزئية تفتت وتشتت النص. فالبناء المشترك للنصوص الرّقْميّة قد أحدث تشظّياً للعملية التأويلية، في حين نحن اليوم بأمس الحاجة إلى أطر نظرية تحوي وتستوعب إشكاليات التلقي الرّقْميّ وتفسر قضاياه، في ظل التطور التكنولوجي المتسارع.